

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

El laboratorio disruptivo

**Una batalla de formas nominales
del imaginario político, entre
los discursos del fútbol moderno
y de Marcelo Bielsa**

Lic. en Comunicación Social



Alumna: Lucía Montané

Tutor: Orlando Verna

Rosario, 1 de Noviembre, 2017

PALABRAS CLAVE

Creencia presupuesta- Contradestinatario- Discurso- Disrupción- Fútbol moderno- Formas nominales- Gramáticas de producción- Hegemonía- Marcelo Bielsa- Prodestinatario.

ABSTRACT

El presente trabajo tiene por objetivo el abordaje del universo discursivo del fútbol a través de una perspectiva *translingüística*, entendiendo que el mismo constituye un *metalenguaje* que revela las relaciones sociales existentes.

En primera instancia, buscaremos demostrar si aquella práctica moderna institucionalizada con el correr de los años, fue cobrando investidura hegemónica en sus manifestaciones espacio-temporales del sentido. Por otra parte y, en consecuencia, intentaremos desenmascarar las posibles disrupciones que presenta la propia configuración de sentido del interlocutor, polemizando con conceptos que conversan a lo largo del juego de discursos.

Recorreremos este camino a través de los conceptos propios de la *Teoría de los Discursos Sociales*, la cual nos posibilitará desentramar las *gramáticas de producción* de ambos universos discursivos. El vehículo para llevar adelante el análisis de estas condiciones productivas serán las *formas nominales del imaginario político*, las cuales constituyen una parte del funcionamiento plasmado en el plano del enunciado, construyendo tanto la figura del enunciador, como la de los destinatarios.

A través de una detallada contextualización de los diferentes corpus presentes en esta investigación científica, procederemos al respectivo análisis sociosemiótico y luego arribaremos a las conclusiones que nos posibiliten aquellas marcas discursivas existentes en los intersticios de este llamado *metalenguaje*.

AGRADECIMIENTOS

*Agradezco al director de la presente investigación, Orlando Verna
por la comprensión de mis intenciones y objetivos iniciales y
por su predisposición para la realización de esta tesina.*

*Agradezco también a mis seres queridos, por el
afecto y el apoyo recibidos en este camino recorrido.*

*Le doy las gracias a la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
por permitirme formar parte de la Lic. en Comunicación Social
y brindarme tan valiosas herramientas para desenvolverse como profesional.*

*Por último, agradezco a Marcelo Bielsa por ser un ejemplo digno de investigación
para los estudiantes de las ciencias de la Comunicación y por recordar
que la misma no conoce de inocencias.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
1. CAPITULO. Fundamentos.....	9
1.1. Tema.....	9
1.2. Problema.....	9
1.3. Objetivos.....	9
1.4. Hipótesis.....	10
1.5. Estado del Arte.....	10
1.6. Marco Teórico y Metodológico	13
1.6.1. Teoría de los discursos sociales.....	13
1.6.2. Condiciones Productivas.....	16
1.6.3. Discurso político y discurso futbolístico.....	18
1.6.4. Caracterización discursiva.....	21
1.6.5. Formas Nominales.....	23
1.6.6. Técnicas de trabajo	25
2. CAPITULO. El fútbol moderno.....	27
2.1. Un triste viaje del placer al deber	27
2.2. Las “víctimas” del fracaso.....	33
2.2.1. Selección argentina, Mundial Corea y Japón (2002).....	34
2.2.2. Selección argentina, Copa América Centenario, Estados Unidos (2016)	43
2.2.3. Comparaciones entre Diego A. Maradona y Lionel A. Messi.....	47
2.2.4. Graffitis en la vía pública, torneos argentinos de Primera División	50
2.3. El éxito: la única fuente tangible de credibilidad	53
3. CAPÍTULO. El arquitecto de lo eventual	56
3.1. El torcedor de lo genéticamente trazado.....	56

3.1.1. La prensa: un amor no correspondido.....	58
3.1.2. La generación del '50.....	60
3.2. América y Europa: Las anfitrionas del fenómeno Bielsa	61
3.3. El laboratorio disruptivo.....	65
3.3.1. Charla del Colegio Sagrado Corazón, Rosario, Argentina (2002).....	66
3.3.2. Conferencia de prensa en Selección Argentina, Bs.As, Argentina (2003).....	70
3.3.3. Conferencia de prensa de Selección argentina, Atenas, Grecia (2004).....	71
3.3.4. Disertación en Congreso Percade, Santiago, Chile (2009).....	72
3.3.5. Disertación en Universidad Austral, Valdivia, Chile (2009).....	74
3.3.6. Conferencia de prensa en C.A.N.O.B, Rosario, Argentina (2009).....	76
3.3.7. Disertación en Club Náutico “El Quillá”, Santa Fe, Argentina (2011)	78
3.3.8. Conferencia de prensa en Athletic Club, Bilbao, España (2013).....	81
3.3.9. Charla en Olympique de Marseille, Marsella, Francia (2014)	88
3.3.10. Arenga en Olympique de Marseille, Marsella, Francia (2015)	90
3.3.11. Conferencia de prensa en L.O.S.C., Lille, Francia (2017).....	91
3.4. Amar la trama, más que el desenlace.....	92
4. CAPÍTULO. Consideraciones finales.....	98
5. CAPÍTULO. Referencias bibliográficas	101

“No creo que vaya a ser mencionado en ningún libro.
En todo caso, no querría que fuera por ganar un título.
Me gustaría más que fuera por las normas de conducta
que usé para desarrollar mi tarea”.

Marcelo Alberto Bielsa

INTRODUCCIÓN

Considerado un objeto *polisémico*, el fútbol es una construcción que se inscribe en una instancia cultural y que está inserto en el universo de las representaciones sociales. El mismo articula múltiples saberes y diferentes lenguajes y se inscribe como objeto de estudio en el universo de las *ciencias de la cultura*, constituyendo una relevante vía de acceso a la interpretación de las relaciones dominantes en la historia, tanto de nuestra formación como de la organización estructural de la realidad presente (Murad, M. 1996).

Desde el punto de vista simbólico, esta manifestación deportiva es un *metalenguaje* que revela las relaciones sociales sustantivas de una determinada realidad. “Metáfora notable y extraordinaria de las características existenciales básicas de la vida humana y de nuestra formación social, el fútbol es un ritual de fuerte expresividad antropológica, histórica, psicológica, política, lingüística y estética” (Murad: 1996,21).

Por lo tanto, en el presente trabajo se estudiará el fenómeno del fútbol, recurriendo al *análisis sociosemiótico* del discurso como metodología de investigación. Consideramos al discurso de Marcelo Bielsa dotado de características totalmente inusuales respecto de lo que se acostumbra en el universo discursivo que predomina en el fútbol moderno actual y eso es lo que ha despertado nuestro interés y nos ha inquietado al momento de llevar a cabo esta investigación en comunicación. Al respecto, intentaremos desenmascarar las posibles disrupciones que presenta la configuración de sentido del interlocutor, polemizando con conceptos que conversan a lo largo del juego de discursos.

En el primer capítulo, nos detendremos a presentar nuestro tema principal y los objetivos que al respecto nos planteamos para darle pie al análisis. Por otra parte, explicaremos cuál ha sido nuestra hipótesis inicial, la cual despejó el camino para aprehender el objeto de estudio de la tesina.

En segunda instancia, realizaremos un breve repaso de obras que, desde diferentes aristas, han desarrollado temas relativos a nuestro objeto de estudio ya sea desde la perspectiva del análisis de discursos sociales, de la historia del fútbol como práctica social o de Marcelo Bielsa en particular.

Luego estableceremos el abordaje teórico que guiará el camino de nuestra investigación, siendo la *Teoría de los Discursos Sociales* el eje principal de la misma. Allí desentrañaremos sus principales conceptos, estableciendo relaciones entre los discursos políticos y futbolísticos, con el fin de evaluar nuestra potestad respecto del uso de categorías del semiólogo Eliseo Verón. Por otro lado, llevaremos adelante un seguimiento de cuatro niveles simultáneos que realiza el autor, con el afán de caracterizar un tipo de discurso, a pesar de que considere inexistente una tipología de discursos sociales. Por último, culminaremos el primer capítulo con una breve caracterización de la metodología que posibilitará llevar a cabo el presente trabajo.

El siguiente gran apartado tendrá relación íntima con la historia del fútbol desde que comenzó siendo una práctica lúdica hasta su institucionalización, producto de los avatares propios de la modernidad¹. Luego nos abocaremos al análisis propiamente dicho del discurso que manifiesta este fenómeno y sintetizaremos las ideas principales que nos guiarán hacia la confirmación o refutación de nuestra hipótesis inicial.

En el tercer capítulo intentaremos aparejar lo hecho en el anterior, dando a conocer a fondo la figura de Marcelo Bielsa, haciendo un breve recorrido biográfico de su carrera y por último, procediendo al análisis discursivo enmarcado en diferentes momentos como entrenador.

En la cuarta sección expondremos las conclusiones finales que nos hayan proveído aquellos procesos de análisis, rearticulando y estableciendo relaciones entre los conceptos teóricos fundamentales que desarrolla la ya mencionada teoría.

¹La Edad Moderna es el tercero de los periodos históricos en los que se divide convencionalmente la historia universal, entre el siglo XV y el XVIII. En *Wikipedia*. Recuperado el 24 de octubre de 2017 de: <https://goo.gl/qwmnwL>

1. CAPITULO. Fundamentos

1.1. Tema

El *laboratorio disruptivo*. Una batalla de formas nominales del imaginario político, entre los discursos del fútbol moderno y de Marcelo Bielsa.

1.2. Problema

En pos de desentramar aquellas disrupciones que suponemos que presenta el discurso de Marcelo Alberto Bielsa en relación a la hipotética concepción discursiva predominante del fútbol, procederemos, en primer lugar, a la determinación de la especificidad del discurso futbolístico. Las razones de esta decisión estriban en evaluar si estamos o no autorizados para analizar el corpus a partir las categorías teóricas utilizadas para los discursos políticos.

En una segunda instancia, se recurrirá al estudio de los invariantes y variantes del discurso del fútbol moderno en pos de dilucidar cuáles son sus aspectos distintivos. Luego el mismo camino será llevado a cabo con el discurso del enunciador, con la intención de establecer también lo que es esencial de lo que es accesorio.

1.3. Objetivos

Las intenciones de este trabajo de investigación se traducen en los siguientes objetivos:

Objetivos generales:

- Establecer si el fútbol moderno es o no hegemónico en sus diferentes manifestaciones.
- Determinar la existencia o no de las disrupciones, por parte del discurso de Marcelo A. Bielsa, respecto del discurso futbolístico moderno.

Objetivos específicos:

- Contextualizar los fragmentos discursivos analizados.
- Determinar las variaciones y las especificidades del discurso del fútbol moderno.
- Determinar las variaciones y las especificidades del universo discursivo de Marcelo Alberto Bielsa.

1.4. Hipótesis

La hipótesis que guiará esta tesina estriba en que en el mundo del fútbol moderno, considerado como una práctica deportiva institucionalizada con el correr del tiempo, sí existe una unidad significativa que aúna y hegemoniza el campo discursivo, siendo el discurso de Marcelo Alberto Bielsa una disrupción de aquella hegemonía.

El término *hegemonía* alude a una “especie de dominio de una entidad sobre otra u otras de igual tipo, siempre que sea aplicado a diversas situaciones con el mismo significado o sentido”². Es decir, según la Real Academia Española, esta noción implica una “supremacía de cualquier tipo”³. Por su parte, el concepto de *disrupción* establece aquello que produce una “ruptura o interrupción brusca”⁴ y, por lo general, es utilizada en un “sentido simbólico”⁵, en referencia a algo que genera un cambio muy importante o determinante.

1.5. Estado del Arte

Realizaremos aquí un repaso del *conocimiento acumulado* relativo a nuestro tema de interés, para posicionarnos a partir de lo ya investigado. Recordamos que el objetivo de este trabajo está atravesado por tres aristas principales: la del análisis discursivo, la del fútbol como actividad deportiva institucionalizada y la del caso particular del discurso de Marcelo Bielsa.

² Hegemonía (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017 de <https://goo.gl/nFbLH6>

³ Hegemonía (S.f) En *Real Academia Española*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/FuxLt1>

⁴ Ídem

⁵ Hegemonía (S.f). En *Definición.De*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/reot1V>

Son abundantes las investigaciones que se abocan al análisis discursivo de manera teórico-práctica. En relación a lo estrictamente teórico, la obra “La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad” (1993) constituye la columna vertebral de este trabajo, porque allí el semiólogo Verón desarrolla y fundamenta la *Teoría de Los Discursos Sociales*. Por otra parte, otro escrito que catalogamos como *fundamental*, es “El discurso político. Lenguajes y acontecimientos” (1987) ya que ha constituido una referencia obligada para proceder metodológicamente en este trabajo. Una tercera obra en que este autor, junto a Silvia Sigal, desarrollan empíricamente dicha teoría, es del análisis discursivo del período peronista en la argentina en “Perón o Muerte” (2014).

Cabe aclarar que existen múltiples pensadores que se han dedicado al análisis discursivo, pero desde otros enfoques comunicacionales, diferentes al de la *translingüística*,⁶ propuesto por Verón (1993, 23).

En relación a la segunda arista que atraviesa esta tesina en comunicación, son también inconmensurables los estudios realizados sobre la historia del fútbol y sus manifestaciones, en tanto práctica social y deportiva. Muchos de ellos muestran cómo el mismo se ha ido institucionalizando, a medida que fue expandiéndose en el planeta. Al respecto, el escritor uruguayo Eduardo Galeano es un claro referente de este tipo de abordajes ya que, por ejemplo, en su obra “El fútbol a sol y sombra” (2014) da cuenta detalladamente de este proceso y de sus mutaciones. Allí explica de qué manera el deporte más popular del mundo se ha hecho industria y “ha desterrado la idea de jugar porque sí” (2014, 2). Otro de los pensadores que historizó el fútbol ha sido el brasileño Mauricio Murad, con uno de sus escritos catalogado: “*Dos pés à cabeça: Elementos básicos de sociologia do futebol*”. Río de Janeiro, Brasil. *Irradiação cultural* (1996).

Un escritor y periodista trascendental que también trabajó sobre esta temática desde una perspectiva narrativa fue el marplatense Osvaldo Soriano. Entre sus obras destacadas se encuentran “El penal más largo del mundo” (1953), “Arqueros, ilusionistas y goleadores” (1998) y trece años luego de su muerte, se publicó una completa recopilación de sus relatos de temática futbolera en bajo el título de “Fútbol. Relatos épicos sobre un deporte que despierta pasiones” (2010).

⁶ Desarrollo en el siguiente apartado.

De la misma manera, el uruguayo Andreas Campomar se ha dedicado a estudiar exhaustivamente la historia del fútbol en América Latina, con su obra: “¡Golazo!” (2014). Allí revela datos numéricos, referenciales, estadísticos, disputas de copas del mundo y hechos sustanciales, propios de las transformaciones políticas y sociales que supo atravesar el fútbol.

Gran parte de la trayectoria del sociólogo argentino Pablo Alabarces está igualmente ligada a múltiples investigaciones sobre este deporte. Entre sus libros y artículos destacados se encuentran: “Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura” (1996), el compilado “Deporte y sociedad” (1998), “Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina” (2000), “Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina” (2002), otro compilado llamado “Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina” (2003), “Crónicas del aguante. Fútbol, violencia y política” (2004) y “Héroes, machos y patriotas. El fútbol entre la violencia y los medios” (2014).

En lo que respecta al estudio de la figura de Marcelo Bielsa también existe una amplia bibliografía dedicada a su persona. Libros, artículos periodísticos, compactos audiovisuales, blogs, son sólo algunos de los soportes significantes que trabajan sobre la vida y obra de este personaje y su consecuente repercusión mundial.

Entre los destacados se ubican, en primer lugar, el periodista argentino Roman Iucht quien en “La vida por el fútbol: Marcelo Bielsa, el último romántico” (2011) detalla de manera exhaustiva la vida del entrenador, dedicándole 400 páginas. Por su parte, el colega y compatriota Ariel Senosiain también plasmó sus investigaciones biográficas sobre el mismo en: “Lo suficientemente loco. Una biografía de Marcelo Bielsa” (2014). Destacamos también, “Marcelo Bielsa. Los 11 caminos al gol” (2015), libro escrito por el comunicador chileno Eduardo Rojas Rojas, en donde analiza el *fenómeno Bielsa* desde una perspectiva social, aunque también incluye reflexiones sobre la metodología de trabajo del mismo. También es digno de mencionar el *blogspot* “El Método Bielsa. Fútbol y filosofía”, el cual recopila múltiples fragmentos de sus discursos⁷. “Las razones del Loco. Claves para entender a Marcelo Bielsa” de Federico Lareo y “Las Locuras de

⁷El Método Bielsa. Fútbol y filosofía. (S.f) *Valores y convicciones*. [Blog post]. Recuperado en junio de 2015 de <https://goo.gl/qBqeAY>

Bielsa”, escrito por Jon Rivas, también forman parte de la bibliografía abocada al estudio de la figura del entrenador, pero en el presente trabajo no recurriremos a las mismas, por habernos visto, desde un principio, imposibilitados a su acceso.

1.6. Marco Teórico y Metodológico

1.7. Teoría de los discursos sociales

Tal como hemos expresado, el autor que sustentará teóricamente la presente investigación es el filósofo y semiólogo argentino Eliseo Verón (Buenos Aires, 1935-2014)⁸. El mismo realizó enormes aportes en el campo de estudio de las ciencias de la comunicación, estando entre ellos el de la *Teoría de los Discursos Sociales*.

En primer lugar, Verón (1993, 121) fundamenta que hasta los años ‘60 predominaron dos corrientes históricas en el campo de la comunicación: “Por un lado, la de la herencia saussureana, la cual fue prisionera del modelo binario del signo y permaneció ajena a toda noción de productividad del sentido; por otro lado, un pensamiento ternario de significación, vinculado con los pensadores Peirce y Frege”.

“A pesar del surgimiento de modelos nuevos, más poderosos que los de la lingüística estructural, por ser generativos y explicativos, si bien lograron tomar forma, lo hicieron en un contexto cada vez más hostil a toda consideración sobre la naturaleza social de la actividad del lenguaje”
(Verón: 1993,121).

Explica, que se tendía a articular el sentido y los funcionamientos socioculturales en un marco “descriptivista, taxonómico y marcado por influencias durkheimianas” (Verón: 1993, 121) y que ya en la década del ‘70 apareció el concepto de *discurso*. “Si bien se creyó –erróneamente- que podía tomar forma de prolongación de la lingüística, tuvo la ventaja de situarse en el desfase con respecto a la semiología” (Verón: 1993, 122). A

⁸Koval, S. (2014) Conceptos Claves en la teoría de Eliseo Verón. *Kubernética*. Recuperado el 23 de julio de 2017: <https://goo.gl/aEz9wj>

pesar de que esta noción fue un desarrollo teórico que pretendía acabar con las postulaciones de la lingüística, el semiólogo sostiene:

“Simultáneamente y, a la luz de esta ruptura entre la problemática sobre la lengua y la problemática sobre el discurso, se pueden formular correctamente las relaciones entre las dos y, en particular, el hecho de que el saber lingüístico es indispensable para la teoría de los discursos sociales” (Verón: 1993, 122).

Por su parte, el concepto en cuestión hace *estallar* el modelo binario del signo y se apropia del “modelo ternario sobre la significación”. “Semejante proyecto yo lo designo aquí como: Teoría de la Discursividad, o Teoría de los Discursos Sociales”, establece Verón (1993, 122). El hecho de la rearticulación de la teoría del discurso y de la lingüística por un lado y de la reformulación conceptual con la ayuda del pensamiento ternario, por el otro, “permitió que la Teoría de los Discursos recupere los problemas olvidados de la materialidad del sentido y la construcción de lo real en la red de la semiosis” (Verón: 1993, 123). Reconquistando estos dos problemas, la *Teoría de los Discursos Sociales* funda su vocación *translingüística*. Al respecto de esta noción, el autor define:

“El discurso es un cierto enfoque teórico en relación con un conjunto significativo dado y es inseparable a un conjunto de hipótesis relativas a elementos extra textuales (...) El enfoque orientado por la noción de discurso consiste en un sistema de operaciones discursivas que atraviesan la clasificación tradicional de ‘semántico-sintáctico-pragmático’” (Verón: 1993, 17).

Entonces, cualquiera que fuese el soporte, un discurso –o un conjunto discursivo– es una configuración espacio-temporal del sentido” (Verón: 1993, 127), concibiéndose los fenómenos de sentido como si aparecieran bajo la forma de “conglomerados de materias significantes” (Verón: 1993, 124), que remiten al funcionamiento de la red semiótica como sistema productivo. “Toda producción de sentido tiene una manifestación material, que es el punto de partida de todo estudio empírico de la producción de sentido” (Verón: 1993, 126).

En un primer nivel, donde se trata de identificar objetos empíricos, el autor sugiere que se puede hablar de *textos*, término que no lo restringe a la escritura, explicando: “En la superficie social, nos encontramos con paquetes textuales, que son conjuntos compuestos en su mayor parte de una pluralidad de materias significantes. Las mismas pueden ser: escritura-imagen; escritura-imagen-sonido; imagen-palabra; entre otras” (Verón: 1993,17).

En nuestro caso, analizaremos diversos materiales significantes, como por ejemplo, fragmentos audiovisuales cuyo núcleo estriba en la palabra hablada de algunos referentes del ámbito futbolístico, entre ellos Marcelo Bielsa; recurriremos también al análisis de grafitis, de portadas de diarios, de noticias escritas publicadas en diarios *online*, de mensajes en la herramienta de *Twitter*, entre otros.

El semiólogo da a entender entonces, que aquellos paquetes de materias sensibles investidas de sentido, identificables sobre un soporte material, son fragmentos de la *semiosis*. La relación entre la teoría de los discursos sociales y la semiosis social misma, estriba en que la primera es un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la segunda, lo que determina la siguiente *dobles hipótesis*:

“Toda producción de sentido es social, debido a que no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas y todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis” (Verón: 1993, 125).

Por lo tanto, es sólo en el nivel de la discursividad en donde los fenómenos sociales develan su dimensión significativa (Verón: 1993), lo que nos da a pensar entonces que el único camino para acceder a los mecanismos imaginarios y simbólicos asociados al sentido de la acción es el mismo análisis de los discursos sociales. Dicho análisis no se sitúa en un plano superestructural, como si se tratara de un nivel que acompaña o refleja el desarrollo de los procesos sociales, sino que “estudiar la producción discursiva asociada a un campo de relaciones sociales implica describir los mecanismos significantes, sin cuya identificación, la conceptualización de la acción social y la determinación de la especificidad de los procesos estudiados son imposibles” (Verón y Sigal: 2014, 15). Es por

esta razón que calificamos de vital importancia el hecho de recurrir al análisis discursivo, para lo que consideramos a los fragmentos analizados, entre otros aspectos, la columna vertebral de este trabajo.

Si bien el autor resalta que la semiosis social es la “dimensión significativa de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido”, por otro lado, esclarece:

“Si la semiosis es condición de funcionamiento de una sociedad en todos sus niveles, no quiere decir que manifieste las mismas modalidades en todos lados ni que la sociedad en su conjunto tenga algún tipo de unidad significativa” (Verón: 1993, 125).

En este último punto nos detendremos en los capítulos siguientes, en pos de demostrar o refutar nuestra hipótesis inicial, la cual establece que en el mundo del fútbol moderno, como práctica con el tiempo institucionalizada, sí existe una unidad significativa que aún y hegemoniza el campo discursivo. Asentamos, en consecuencia, que la razón de ser de nuestro trabajo investigativo estriba en replantear la recién mencionada expresión de Verón.

1.7.1. Condiciones Productivas

En este apartado abordaremos un concepto clave que estructura la teoría de los discursos sociales: sus *condiciones productivas*. “Las mismas tienen que ver con las determinaciones que restringen su generación, las llamadas condiciones de producción, por un lado y por el otro, se relacionan con las determinaciones que limitan su recepción, es decir, las *condiciones de reconocimiento*. Es entre estos dos conjuntos de restricciones donde *circulan* los discursos sociales en la red semiótica”. Es decir, que un objeto significativo dado “no es inmanente, ni puede analizarse aisladamente, ya que siempre entra en relación con sus condiciones productivas” (Verón: 1993, 127).

Esta aseveración es catalogada como *superadora* respecto de “la vieja querella entre el análisis interno y el externo” (Verón: 1993, 127), ya que dicha polémica se tornó un *falso debate*. El autor explica que el análisis no puede ser externo porque para postular

que algo es una condición productiva de un discurso dado, hay que demostrar que dejó huellas en el objeto significativo. “Inversamente, no podría existir un análisis interno porque sería imposible identificar lo que hay que describir en una superficie discursiva, sin tener hipótesis sobre las condiciones productivas” (Verón: 1993).

“Un objeto significativo, en sí mismo, admite una multiplicidad de análisis y lecturas; por sí mismo no autoriza una lectura antes que otra. Sólo deviene legible en relación con criterios que se deben explicitar y que movilizan siempre elementos que tienen que ver con las condiciones productivas del objeto significativo analizado, sea en producción o en reconocimiento” (Verón: 1993, 128).

Dichos criterios son *extra-textuales*, por lo que una parte de las condiciones de producción de un discurso consiste en otros textos ya producidos con anterioridad. Es decir que, siempre que haya un discurso principal, existen discursos *históricamente anteriores* que forman parte de las condiciones de producción. A su vez, aquel discurso principal forma parte de un conjunto de textos que constituyen el proceso de reconocimiento, los cuales el autor denomina como *discursos posteriores* (Verón: 1993).

“Para retomar la fórmula de Peirce, un pensamiento en un momento dado sólo tiene una existencia potencial que depende de lo que será más tarde. La red infinita de la semiosis social se mueve en el espacio tiempo de las materias significantes, de la sociedad y de la historia” (Verón: 1993, 130).

Con esta explicación, entendemos que los objetos de interés del análisis de los discursos sociales, son “sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación y con sus condiciones de reconocimiento” (Verón: 1993,128).

Cabe preguntarnos al respecto: ¿Cómo abordamos la *semiosis social* a través del análisis? El autor indica: “Hay que tener en cuenta que existen, de uno y otro lado, reglas de generación y reglas de lectura: en el primer caso, nos referimos a las *gramáticas de producción* y, en el segundo, a las *gramáticas de reconocimiento*”

(Verón: 1993, 129). Dichas reglas describen *operaciones* de asignación de sentido, las cuales consisten en la búsqueda de *marcas* presentes en la materia significativa (Verón: 1993).

Por nuestra parte, clarificamos que dentro de este trabajo investigativo nos situaremos sólo en las *condiciones de producción* y sus respectivas gramáticas. Sin embargo, el autor reflexiona:

“Si nos situamos sólo en producción podemos describir aspectos sobre el que se dibuja la fundación –las reglas de generación-, pero seremos ciegos a la transformación que comporta. Si sólo nos situamos en reconocimiento, celebramos la aparición de lo nuevo pero nos cerraremos en la posibilidad de comprender cómo pudo producirse” (Verón: 1993, 32).

Si bien somos conscientes de que un análisis completo de las *condiciones productivas* – producción y reconocimiento- de un campo discursivo significaría llevar a cabo un análisis más íntegro y exhaustivo, nuestra hipótesis se relaciona íntimamente con el análisis de aquellas gramáticas que implican la *disrupción de la hegemonía discursiva* de un campo determinado. En lo que respecta a las *condiciones de reconocimiento*, evaluamos que sería una redundancia situarnos en aquellas gramáticas, ya que es de público conocimiento que son múltiples los casos en los que repercute el universo discursivo de Marcelo Bielsa.

1.7.2. Discurso político y discurso futbolístico

Como sabemos el análisis discursivo que lleva a cabo el autor es en torno a discursos de carácter político. Un ejemplo concreto que traemos a colación es el de la interpretación del período peronista en la Argentina. Nos serviremos de la misma para desentrañar la técnica de análisis que allí utilizó y, en consecuencia, para recuperar los principales conceptos.

De todas formas, en primera instancia, nos vemos obligados a cuestionarnos si estamos o no autorizados para analizar el discurso del fútbol moderno, las categorías que utilizó

Verón en sus discursos políticos. Dicho de otra manera, nos preguntamos: ¿Son compatibles las categorías de análisis del discurso político con las que pretendemos que lo sean para el futbolístico? ¿Cuál es el eje que determina la caracterización de un tipo de discurso y otro? ¿O será que todos los discursos son políticos? El autor explica, al respecto que “hablar de discurso político supone necesariamente, que existen discursos que no son políticos” (Verón: 1987, 2).

Dicho de otro modo, la noción de *discurso político* presupone de manera explícita o implícita, ciertas hipótesis sobre una tipología de los discursos sociales, aunque –dicho en aquel momento- esa tipología no exista (Verón: 1987). Tras esta afirmación, evaluamos nuestra aptitud para responder a uno de nuestros primeros interrogantes: *No todos los discursos son políticos*. Si bien el semiólogo expresa que no existe una tipología de discursos, intentaremos recorrer el camino que él mismo transitó para establecer ciertos parámetros de análisis de los discursos políticos.

Su trabajo sobre el discurso político se desarrolló sobre la base de ciertas *intuiciones*, a partir de una identificación de sentido común, como por ejemplo, la de analizar como discurso político textos producidos por líderes o por partidos políticos (Verón: 1987). Como primera instancia, damos cuenta entonces, que nuestra intención de analizar discursos futbolísticos se facilitaría con el acceso a aquellos textos producidos por referentes futbolísticos –técnicos o jugadores-, hinchas, periodistas y demás, de los cuales daremos cuenta en las páginas siguientes.

Luego de establecer su corpus de investigación, el autor buscó identificar el objeto del discurso político haciendo intervenir las instituciones políticas. En su caso, se situó dentro del contexto del sistema político en las instituciones democráticas, por lo que su cuestión fue la siguiente: “¿En qué medida el análisis de los discursos asociados a estructuras institucionales determinadas, en este caso el aparato del estado, permite comprender mejor los mecanismos de dichas instituciones, su naturaleza y sus transformaciones?” (Verón: 1987, 14). Concluyó, por lo tanto, que hay niveles de funcionamiento de los procesos políticos a los que sólo es posible acceder a través del análisis del discurso (Verón: 1987).

Remontándonos a nuestra investigación, somos conscientes que al funcionamiento del mundo futbolístico moderno también se accedería exclusivamente a través del discurso, ya que nuestra hipótesis se sustenta con que éste es un fenómeno social que excede al marcador, por lo que no nos podemos situar exclusivamente en el reglamento del deporte.

Retomamos entonces, una cuestión crucial para la presente investigación: “El análisis del discurso se interroga, por una parte, acerca de la especificidad del discurso estudiado y responde siempre a esta pregunta: ‘¿Qué es lo que distingue el discurso político de otros tipos de discurso?’” (Verón y Sigal: 2014, 19). Para ello establece una afirmación en la que sostiene: “El campo discursivo de lo político implica un enfrentamiento, una relación con un enemigo, una lucha entre enunciadores, siendo definida como la dimensión polémica del discurso político” (Verón y Sigal: 2014, 16).

La Teoría de los Discursos Sociales, establece que enunciación política es *inseparable* de la construcción de un adversario, lo que supone, necesariamente, la existencia de otros actos de enunciación, reales o posibles, opuestos al propio (Verón: 1987). “Metafóricamente podemos decir que todo discurso político está habitado por un ‘otro’ negativo, pero también por un ‘otro’ positivo (...) El discurso político se dirige a ambos al mismo tiempo”, sostiene Verón. (1987, 17).

“Esta pretensión implica que la hipótesis de la existencia de ambos tipos de destinatario sólo se aplica al discurso político. Vale decir que otros tipos de discurso no presentan esta disociación estructural que presupone la construcción simultánea de un destinatario positivo y un destinatario negativo” (Verón: 1987,17).

A pesar de esta afirmación, apostamos al siguiente interrogante: ¿Tiene el discurso futbolístico un *destinatario negativo* que implique una *dimensión polémica* del mismo?

Para ello, es necesario dilucidar aquellas modalidades según las cuales se construyen los *otros* positivos y negativos propios de un discurso, para diferenciar las estrategias discursivas que polemizan en una situación dada. Verón explica entonces que “el lazo

de un discurso determinado, tanto con el destinatario positivo como la diferencia con el negativo, reposa en la creencia presupuestada la que se parta” (Verón: 1987, 17).

“El destinatario positivo es esa posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y que persigue los mismos objetivos que el enunciador: el destinatario positivo es antes que nada el partidario” (Verón: 1987, 17).

A esta idea la llama “prodestinatario”, cuya relación con el mismo enunciador “cobra la forma característica del colectivo de identificación”. Como contracara, desarrolla la idea del contradestinatario, que implica “la exclusión del *destinatario negativo* del mencionado *colectivo de identificación*. El lazo con el contradestinatario reposa, por parte del enunciador, en la hipótesis de una inversión de la creencia: lo que es verdadero para el enunciador es falso para el contradestinatario e inversamente” (Verón: 1987, 17).

Estas definiciones dan pie a interrogarnos acerca de la existencia o no en el discurso futbolístico de una *creencia presupuesta* que conlleve a la construcción de un *colectivo de identificación* y, por lo tanto, de un *adversario*. Estamos aptos entonces para aseverar que el discurso futbolístico definitivamente forma parte de los discursos políticos ya que sugiere y construye de por sí una estrategia discursiva que conforma una creencia, la cual está atravesada por ideas, valores y objetivos concretos. Dicha estrategia da lugar a la existencia de los mencionados *prodestinatarios* y *contradestinatarios*.

Es precisamente dentro de este último término que consideramos que se enmarca nuestro enunciador a analizar: Marcelo Alberto Bielsa, hipótesis que comprobaremos su veracidad o no en los capítulos siguientes.

1.7.3. Caracterización discursiva

Si bien ya hemos asentado que el discurso futbolístico pertenece al universo de los discursos políticos, es momento ahora de mostrar cómo Verón propone, de todos modos, caracterizar un tipo de discurso, cualquiera que fuese, en pos de dar pie a su

análisis. Para ello sostiene que es preciso trabajar simultáneamente en cuatro niveles que se *inter-determinan* (Verón: 1987).

En primer lugar, explica que lo que se trata de conceptualizar nunca es un discurso, sino un campo discursivo. Dicho de otra manera, lo que propone el autor no es construir una tipología de discursos sino una *tipología de juegos de discursos* en pos del análisis de procesos de intercambio discursivo (Verón: 1987).

En segundo lugar y en consecuencia, la definición de un *tipo* supone la definición de una serie de variantes del mismo que, esclarece el autor, no son otra cosa que las diferentes estrategias dentro del mismo juego. En consecuencia, agrega: “La definición general del ‘tipo’ supone la definición de un ‘núcleo’ invariante y de un sistema de variaciones, sin lo cual la descripción de las relaciones interdiscursivas dentro del campo en cuestión es imposible” (Verón: 1987, 14).

Por lo tanto, utilizaremos diferentes variantes del campo discursivo futbolístico y de Marcelo Bielsa en particular. Entre ellos habrá conferencias de prensa, palabras de hinchas, de reflexiones de periodistas deportivos reconocidos de fútbol, arengas hacia los jugadores, grafitis en espacios públicos, portadas de diarios, noticias escritas, cuadros comparativos, comentarios en redes sociales, entre otros.

Para el siguiente nivel explica que la descripción de intercambios discursivos implica el trabajo en diacronía, asumiendo que los intercambios ocurren en el tiempo y una misma estrategia varía a lo largo del tiempo (Verón: 1987). En consecuencia escogeremos fragmentos discursivos que refieren a períodos diferentes en el tiempo. En el caso del discurso del fútbol moderno abordaremos hechos que han sucedido en estos últimos quince años y que consideramos que sustentan nuestra hipótesis. Con respecto al corpus que concierne a los fragmentos discursivos propios de Marcelo Bielsa, nos abocaremos a aquellos más representativos de cada etapa de su trabajo en las diferentes instituciones futbolísticas, también desde el año 2002.

Para cerrar esta caracterización subraya que los diferentes modos de manifestación de un cierto *tipo* de discurso no pueden ser dejados de lado y que los discursos sociales aparecen materializados en soportes significantes que determinan las condiciones de su

circulación (Verón: 1987). Como hemos dicho, la materialización de los fragmentos discursivos que analizaremos es diversa, entre los que se encuentran noticias escritas, portadas gráficas de diarios, entrevistas audiovisuales, arengas también en soportes audiovisuales, redes sociales, etc.

“La descripción de un ‘tipo’ supone la descripción de múltiples estrategias, de procesos de intercambio, de variaciones de cada estrategia a lo largo de un proceso discursivo, de modificaciones de las estrategias según el soporte significativo. En cada nivel de análisis es necesario disponer de criterios que permitan distinguir los invariantes de las variaciones, (...) lo esencial de lo accesorio, lo que es específico del discurso político de lo que no es, vale decir, los elementos que constituyen el ‘núcleo’ del juego discursivo – futbolístico-, de aquellos que pueden manifestarse en dicho juego, pero que aparecen también en otros juegos de discurso que no son el que se analiza” (Verón: 1987, 15).

1.7.4. Formas Nominales

El autor en cuestión provee a sus lectores, entre otros tantos conceptos, de uno valioso e indispensable para investigar las *gramáticas de producción* del discurso del fútbol moderno y de Marcelo Bielsa en particular. Se trata de las *formas nominales*, las cuales forman parte de una noción general que el autor clasifica como “entidades del imaginario político” (Verón: 1987, 18)

Explica que el discurso político está habitado por varios tipos de estas entidades, las cuales constituyen una parte del funcionamiento plasmado en el plano del enunciado. Estas diferentes entidades intervienen, tanto en la construcción del enunciador, como en la de los destinatarios (Verón: 1987).

La primera que Verón (1987, 18) plasma en su escrito, es la del “colectivo de identificación, marcado por el *nosotros* en el plano enunciativo”. Ésta implica el fundamento de la relación entre el enunciador y el prodestinatario, teniendo sentido negativo cuando se trata del colectivo de identificación de un contradestinatario. Las

mismas admiten la fragmentación y la cuantificación. Un ejemplo que el autor sugiere es: “Los socialistas piensan...” (Verón: 1987, 18).

En segunda instancia, define las “entidades *enumerables* que designan colectivos que no funcionan como operadores de identificación de los actores en presencia, sino que corresponden a entidades más amplias que los colectivos y que el enunciador político coloca habitualmente en posición de recepción”. Ejemplifica con: “Ciudadanos”, “Trabajadores”, “Argentinos” (Verón: 1987, 18).

Por otra parte, existen “los *meta-colectivos singulares*, que no admiten cuantificación ni fragmentación y son más abarcadores que los colectivos políticos que fundan la identidad de los enunciadores”. Da cuenta de esta clasificación con las entidades de “El país”, “La república”, “El Estado” (Verón: 1987, 18).

Las *formas nominalizadas* son otro tipo de entidades, las cuales el enunciador utiliza para ritmar sus argumentos. Ellas “son expresiones que adquieren una cierta *autonomía semántica* respecto del contexto discursivo, funcionando como fórmulas relativamente *aisladas* y que poseen un valor metafórico, acorde al pensamiento del enunciador”. El autor sugiere al respecto: “El cambio sin riesgos”, “El desorden”, “La decadencia”. (Verón: 1987, 19).

Por último, desarrolla las recién destacadas *formas nominales* que, a diferencia de las anteriores, “poseen un poder explicativo, siendo verdaderos operadores de interpretación. Su utilización supone un efecto inmediato de inteligibilidad por parte, al menos, del prodestinatario”. Clarifica esta noción con los ejemplos de: “La crisis”, “El imperialismo” (Verón: 1987, 19).

Elegimos articular nuestro análisis a partir de estas últimas porque entendemos que son un claro parámetro estructurante del universo discursivo del fútbol en todas sus manifestaciones, acorde al punto de vista en que hemos decidido enfocar nuestro estudio. Si bien podríamos abordar la investigación teniendo en cuenta las otras cuatro entidades del imaginario político, en virtud de recortar nuestro criterio investigativo, el foco de atención estará en las que consideramos más relevantes para nuestros objetivos.

Consideramos esta categoría como el vehículo para analizar aquellos invariantes plasmados en medio de las variaciones, para diferenciar lo esencial de lo accesorio, realizando una especie de agrupamiento entre aquellas formas nominales que consideramos que se reiteran en los discursos y aquellas otras que también se repiten, pero que funcionan como formas nominales semánticamente opuestas.

1.8. Técnicas de trabajo

En lo que respecta al abordaje metodológico de la presente investigación, recurriremos al enfoque cualitativo, ya que consideramos que el mismo es el adecuado para trabajar sobre nuestros objetivos propuestos. Como explicamos, la Teoría de los Discursos Sociales posibilita el abordaje desde un enfoque translingüístico. Una aclaración acertada, es que en nuestro trabajo, la misma teoría sociosemiótica supone en consecuencia, la definición de una metodología a seguir, ya que explica al lector acerca de cómo llevar a cabo tal análisis. Es decir, que aquí la teoría y la técnica son dos aspectos que indudablemente se complementan.

En primer lugar situaremos espacio-temporalmente cada conglomerado de materias significantes, procediendo luego a su respectivo análisis a través de categorías propias de esta teoría. Posteriormente, estableceremos parámetros generales que derivarán en una síntesis final.

Por nuestra parte, intentaremos posicionarnos en el lugar de los interlocutores, aunque sin establecer preconcepciones, ni sobreentendiendo las ideas, sino haciendo que cada fragmento discursivo constituya un verdadero problema de investigación, es decir, que no se intentará realizar una búsqueda de la *verdad*, sino, una comprensión detallada de las perspectivas de los discursos investigados (Taylor y Bogdan: 1992).

El acceso al corpus en cuestión no nos ha significado dificultoso, más bien hemos encontrado innumerables resultados respecto del desempeño profesional de Marcelo Bielsa. El obstáculo lo hemos tenido cuando, tras una búsqueda exhaustiva de sus conferencias en el sitio *web* de videos *Youtube*, casi ninguna de ellas ha sido publicada

desde su principio hasta su fin. Un gran porcentaje aparece en formatos de meros fragmentos aislados.

Otra dificultad que hemos hallado ha sido la falta de contextualización de aquellos paquetes textuales por parte de quienes los han compartido en esta plataforma, sin estar resuelto cuándo y a raíz de qué situación se habían producido. La única referencia que existía desde *Youtube*, la cual contribuyó a discernir el contexto, fue la del uso por parte del entrenador de la indumentaria oficial del club al que representaba, aunque sin embargo, en otras tantas ocasiones vestía su propia ropa, característica indiscutible de este personaje.

Por lo tanto, con el fin de resolver ambos inconvenientes y a pesar de que en un primer momento haber tenido intenciones relativas al abordaje de conferencias de prensa publicadas en aquella herramienta audiovisual, decidimos servirnos de otras fuentes que nos ayuden a hacerlo, a modo de triangulación, tales como noticias o editoriales que pesquísamos en la *web* y libros que relatan la vida y obra de Marcelo Bielsa. En la mayoría de ellas hemos logrado dilucidar el contexto en que esas palabras fueron emitidas, pero en –casi- ninguna hemos podido recuperarlas en su integridad.

2. CAPITULO. El fútbol moderno

Tal como bien hemos especificado, nuestro análisis discursivo gira en torno a la categoría de *formas nominales* propuesta por Verón. Tanto el concepto de estas entidades del imaginario político que predominan en el discurso del fútbol moderno, como las que lo hacen en el discurso de Marcelo Bielsa en particular, tienen un origen histórico que muchos autores supieron graficar en sus obras. Los latinoamericanos Galeano (2014) y Murad (1996) son dos referentes valiosos para abordar el concepto de *fútbol moderno* que decidimos destacar aquí y que asumimos que, previamente, supo atravesar diferentes momentos en la historia para constituirse como tal.

2.1. Un triste viaje del placer al deber⁹

En primera instancia, Murad (1996,10) sugiere que lo que conocemos actualmente como *fútbol*, “era considerado en épocas arcaicas como ‘juego de bola o pelota’”, en donde se utilizaba cualquier objeto esférico con el pie, con las manos e incluso con otras partes del cuerpo.

Quienes innovaron en esta práctica lúdica fueron los asiáticos, especialmente los chinos y japoneses, alrededor del año 2600 a.C. (Galeano: 2014). “Tsu Tsu” era la forma ancestral del fútbol en la antigua China, que significaba “pie en la pelota” y constituía un ritual de guerra. Por el lado del Japón antiguo, la forma arcaica de juego se denominaba “Kemary”, lo que significaba “juego de pies”. “Ceremonial de fuerte tenor pedagógico y de reconocida calidad estética, era un ritual de autoconocimiento, aut meditación, autocontrol y autoaprendizaje” (Murad: 1996, 85).

Por la parte de América Central, la pelota de caucho era una ceremonia sagrada desde unos 1500 años a.C. Según los indios de la selva amazónica en Bolivia, la tradición que de “correr tras una bola de goma maciza, para meterla entre dos palos sin uso de las manos, tiene orígenes remotos” (Galeano: 2014, 27). La forma de fútbol ancestral propia de la América pre hispánica se denominaba “Tlachtili”. La misma constituyó una

⁹(Galeano: 2014, 2) Esta referencia se ubica en el pie de página, por cuestiones meramente estéticas.

de las más significativas tradiciones culturales mesoamericana, siendo un espectáculo sagrado en donde se solían invocar figuras de dioses (Murad: 1996).

“Epyskiros” y “Harpastum” eran las prácticas del juego de bola en las civilizaciones clásicas de la antigüedad occidental de Grecia y Roma, cuyo comienzo se estima que fue en los siglos IV y I a.C, respectivamente. Ambas, conocieron en medio del florecimiento máximo de la cultura grecorromana, “formas ancestrales de fútbol ritualizado, que actuaban como elementos integrantes e innegables del *ethos*¹⁰ de aquellas colectividades” (Murad: 1996, 88). Dichas modalidades de juego constaban del uso de una pelota, en general de cuero, la cual era conducida con los pies hasta la “ciudadela fortificada” del equipo oponente (Murad: 1996, 89).

Tanto el “Epyskiros”, como el “Harpastum” eran jugados casi exclusivamente por la nobleza, por los ciudadanos de la polis griega y por la aristocracia del imperio romano, aunque, en el momento que los habitantes del pueblo comenzaron a practicarlo, el juego se tornó más vigoroso y violento. (Murad: 1996)

La reedición histórica del “Harpastum” romano en la Italia premoderna del siglo XIV cobró la denominación de “Calcio”, lo que significa “remate” o “patada”. El mismo, también formaba parte de un ritual de distracción de la nobleza, cuyo número ideal de participantes era 27.

En Inglaterra y gran parte de Europa Central, luego de siglos de negación oficial y en tiempos de la “conservadora e imperialista era victoriana” (Murad: 1996, 91), el fútbol “ya era unánime, no sólo como vicio plebeyo, sino también como virtud aristocrática” (Galeano: 2014, 198), naciendo en aquel entonces un deporte propio de “*gentlemen*” (Murad: 1996, 91)¹¹. Entre 1810 y 1840 se multiplicaron las instituciones educativas que adhirieron al nuevo juego, lo que demandó una necesidad de repensar y elaborar colectivamente reglamentaciones del mismo, con un código único y con claros fundamentos del juego (Murad: 1996).

¹⁰*Ethos* es una palabra griega que significa la “forma común de vida o de comportamiento que adopta un grupo de individuos que pertenecen a una misma sociedad”. En Diccionario Google. Recuperado en octubre de 2017 de <https://goo.gl/zzPPnc>

¹¹Gentlemen. *m.* Hombres distinguidos, elegantes y de comportamiento noble. En *The Free Dictionary* Recuperado en septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/yp9GXh>

“La reunión realizada en Cambridge en 1848 y la fundación de la Asociación de Fútbol en Londres en 1863, fueron momentos decisivos para la constitución del fútbol actual” (Murad: 1996, 91). Otro hecho trascendental fue el de la creación en 1904, de la Federación Internacional de Fútbol Asociado, conocida actualmente como *FIFA*. Desde aquel entonces, esta institución “gobierna las relaciones entre la pelota y el pie en el mundo entero”. (Galeano: 2014, 30)

“En los primeros tiempos el fútbol parecía un juego de locos en el Río de la Plata” (Galeano: 2014, 31), pero tras una serie de investigaciones y en plena expansión imperial, este deporte ya era un *producto de exportación* típicamente británico. Fueron ciudadanos ingleses, diplomáticos y funcionarios del ferrocarril y del gas quienes formaron los primeros equipos locales (Galeano: 2014).

El autor uruguayo relata que, en los primeros años de siglo XX, el fútbol comenzaba a popularizarse y a nacionalizarse en las orillas del Río de la Plata, es decir, que cuando dejó de ser una práctica exclusivamente de los ingleses y de la alta sociedad, allí nacieron los primeros clubes populares, organizados en talleres de ferrocarriles y en los astilleros de los puertos (Galeano: 2014).

“Fue un proceso imparable. Como el tango, el fútbol creció desde los suburbios. Era un deporte que no exigía dinero y se podía jugar sin nada más que las puras ganas”, compara y define Galeano (2014, 11), agregando que simultáneamente, este deporte se *tropicalizaba* en Río de Janeiro y en San Pablo.

“El fútbol ofrece uno de los pocos espacios más o menos democráticos donde la gente de piel oscura puede competir en pie de igualdad. En el fútbol el niño pobre encuentra alguna posibilidad de ascenso social, que no tiene otro juguete que la pelota: la pelota es la única varita mágica en la que puede creer. Quizás ella le dé de comer, quizás ella lo convierta en héroe, quizás en Dios” (Galeano: 2014, 49).

Luego de haber introducido brevemente cómo han sido los inicios de la práctica de este deporte en América del Sur, conducimos nuestro trabajo hacia la génesis de su *institucionalización*, a causa del crecimiento del profesionalismo.

“La historia del fútbol es un triste viaje del placer al deber. A medida que el deporte se ha hecho industria, ha ido desterrando la belleza que nace de jugar porque sí. En este mundo de fin de siglo- fin del XX- el fútbol profesional condena lo que es inútil y es inútil lo que no es rentable (...) La tecnocracia del deporte profesional ha ido imponiendo un futbol de pura velocidad y mucha fuerza que renuncia a la alegría, atrofia la fantasía y prohíbe la osadía” (Galeano: 2014, 2).

Es importante destacar que el *éxodo* de jugadores es una de las causas del nacimiento del fútbol profesional en nuestros países, siendo en 1931 cuando se profesionalizaron el fútbol argentino y el uruguayo, mientras que en Brasil empezó en 1934. “En esos años se legalizaron los pagos, que antes se hacían por debajo de la mesa y el jugador se convirtió en trabajador” (Galeano: 2014, 68).

El escritor oriental describe también que el contrato laboral ataba al jugador a su club en tiempo completo y no podía cambiar de lugar de trabajo si la institución no lo vendía. “El jugador entregaba su energía a cambio de un salario, como el obrero industrial” (Galeano: 2014, 68). De todas maneras, en aquellos tiempos se exigía mucho menos: sólo había dos horas semanales de entrenamiento y se pagaba una multa cercana a los \$5 si se faltaba a la práctica.

En medio de la descripción del pasaje del fútbol como actividad lúdica a su respectiva institucionalización, nos vemos obligados a mencionar el crecimiento del negocio publicitario.

A mediados de los años ‘50, por ejemplo, el club uruguayo Peñarol firmó el primer contrato en América para lucir publicidad en las camisetas, por lo que todos los jugadores aparecieron “con el nombre de una empresa en su pecho” (Galeano: 2014, 108). Por otra parte, en 1993 el club argentino Racing Club había publicado un *desesperado* aviso en el diario Clarín, que estaban en búsqueda de un *sponsor*. Desde que la televisión empezó a mostrar de cerca a los jugadores, su indumentaria fue invadida por publicidad comercial. El autor metaforiza astutamente:

“Cuando una estrella se demora atándose los zapatos, no es por torpeza de los dedos, sino por astucia del bolsillo: está exhibiendo la marca Adidas, Nike o Reebok en sus pies (...) Hoy en día el futbolista es un aviso que juega” (Galeano: 2014, 109).

Es digno de mencionar a la figura del brasileño Joao Havelange quien de 1974 a 1998¹² ejerció la presidencia de la mencionada FIFA. Este dirigente, que supo vivir 100 años, “cambió la geografía del fútbol y lo convirtió en uno de los más esplendidos negocios multinacionales” (Galeano: 2014, 166), habiéndose duplicado la cantidad de países en los campeonatos mundiales y las ganancias que rendían esos torneos. El mandatario llegó a confesar que el movimiento financiero del fútbol alcanzaba los \$225 mil millones de dólares en aquel momento, advirtiendo: “El fútbol es un producto comercial quedebe venderse lo más sabiamente posible” (Galeano: 2014, 169).

Otro dato crucial que forma parte de este pasaje histórico, es que el poder de la federación mundial de fútbol se nutrió, en parte, de la asociación con empresas como Adidas y Coca-Cola (Galeano: 2014).

Una de las tantas entidades clave en la historia de este deporte fue la *ISL Marketing*, la cual poseyó, al menos hasta fin del siglo, los derechos exclusivos de venta de publicidad en los estadios, los filmes, las insignias. Galeano bien destaca que “en aquel fútbol tan pendiente del marketing y de los sponsors, algunos de los clubes más importantes de Europa eran empresas que pertenecían a otras empresas” (Galeano: 2014, 170). Castoriadis (apud. Galeano: 2014, 255), a propósito, una vez supo bien definir: “Uno no gana porque vale, sino que vale porque gana”.

En uno de los capítulos del libro que traemos a colación el escritor sugiere el término de la *telecracia*, explicando que “hoy por hoy –fin del XX- el estadio es un gigantesco estudio de televisión, se juega para la tele, que te ofrece el partido en casa. La tele manda” (Galeano: 2014, 195). Sustenta este término innovador ya que la televisión decide dónde, cuándo y cómo se juega, “siendo los jugadores estrellas de la tele, el fútbol se ha vendido a la pantalla chica en cuerpo, alma y ropa” (Galeano: 2014, 197).

¹²*BBC Mundo*. (2016) “Muere el ex presidente de la FIFA Joao Havelange, el hombre que globalizó el fútbol” (Sin lugar). Recuperado el 15 de agosto de 2017 de: <https://goo.gl/uVfj9V>

Aquel proceso posibilitó que millones de hinchas tuviesen acceso a los partidos y no sólo los que cabían en los estadios, habiéndose multiplicado y convertido en “posibles consumidores de cuanto cosa quieran vender los manipuladores de imágenes” (Galeano: 2014, 197).

“El fútbol profesional, cuya belleza ha sido desterrada en nombre de la eficacia, tiende a convertirse en un certamen de velocidad y fuerza, que tiene por combustible el pánico de perder. Aplaudida eficiencia de la mediocridad: cada vez abundan más, en el fútbol moderno, los equipos integrados por funcionarios especializados en evitar la derrota y no por jugadores que corren el peligro de actuar con inspiración y dejarse llevar por la improvisación” (Galeano: 2014, 198).

“¿Jugar en serio y en serie, es jugar?”, se interroga el investigador y, concluye que *jugar* significa *bromear* y que la palabra *salud* expresa *la máxima libertad del cuerpo*. Entonces razona que “la controlada eficacia de las repeticiones mecánicas, enemigas de la salud, está enfermando al fútbol” (Galeano: 2014, 199), siendo el siglo XII quien “sacraliza la uniformidad en nombre de la eficiencia y sacrifica la libertad en los altares del éxito” (Galeano: 2014, 255).

Destacamos también aquí que el arquero alemán Haraldtoni Schumacher en 1987 confesó que en el fútbol profesional es frecuente el consumo de drogas estimulantes (Galeano: 2014). “Obligados por la ley del rendimiento, que exige ganar como sea, generando ansiedad y angustia, muchos jugadores se convierten en farmacias que corren” (Galeano: 2014, 200), metaforiza en una nueva oportunidad Galeano.

“En el fútbol, como en todo lo demás, está prohibido perder. En este fin de siglo, el fracaso es el único pecado que no tiene redención. ¿Culpa del fútbol o culpa de la cultura del exitismo y de todo el sistema de poder que el fútbol profesional refleja e integra? Como deporte, el futbol no está condenado a generar violencia, aunque a veces la violencia lo use de válvula de desahogo” (Galeano: 2014, 230).

Ya para aquel entonces, el uruguayo investigó que los clubes europeos y algunos latinoamericanos tenían psicólogos, tal como las fábricas.

“Los dirigentes no les pagan para que ayuden a las almas atribuladas, sino para que aceiten las máquinas y eleven su rendimiento. ¿Rendimiento deportivo? Rendimiento laboral: los jugadores profesionales brindan su fuerza de trabajo a las fábricas de espectáculos, que les exigen la máxima productividad a cambio de un salario. La cotización depende del rendimiento y cuanto más le pagan, más le exigen” (Galeano: 2014, 238).

Como bien se puede apreciar, este juego ha ido atravesando diferentes etapas hasta convertirse en una práctica profesional institucionalizada y atravesada por las pretensiones capitalistas. En el principio de este apartado nos hemos referido al concepto de *formas nominales*, ya que es a través de ellas como abordaremos el análisis de los universos discursivos del fútbol y de Marcelo Bielsa en particular.

Tal es así, que en este breve desarrollo de la historia del fútbol se pueden dilucidar claramente algunas de estas entidades del imaginario político que poseen un poder explicativo, entre ellas: “la belleza”, “lo inútil”, “lo rentable”, “el negocio”, “la tecnocracia”, “la alegría”, “la atrofia”, “la fantasía”, “la osadía”, “la publicidad”, “las ganancias”, “el marketing”, “la telecracia”, “el placer”, “el deber”, “la velocidad”, “la fuerza”, “la eficiencia”, “la derrota”, “la mediocridad”, “la inspiración”, “la improvisación”, “la eficacia”, “la magia”, “la belleza”, “el rendimiento”, “la ansiedad”, “la angustia”, “la moral”, “el éxito”, “el poder”, “el fracaso”, “la violencia”, “el espectáculo”, “la cotización”, “la uniformidad”, “la libertad”.

2.2. Las “víctimas” del fracaso

Es en este apartado donde nos dedicaremos a analizar discursos inherentes al mundo del fútbol, con el fin de confirmar o refutar nuestra hipótesis inicial. Para ello, recordamos aquel intento de descripción de un *tipo* de discurso, mencionado en el punto 1.6.4. de nuestro estudio, en donde Verón proponía, en primera instancia, definir un *núcleo* invariante dentro de un sistema de variaciones, es decir, distinguir lo específico del

discurso de lo que no es. Luego aludía al estudio discursivo en diacronía y, a su vez, que el objeto de estudio estuviese materializado en diferentes soportes significantes.

Con el fin de llevar a cabo estos parámetros de definición y con el mismo criterio que haremos con los discursos de Marcelo Bielsa, describiremos diacrónicamente diferentes mecanismos significantes enmarcados en determinados sucesos futbolísticos en estos últimos 15 años, período también similar al del próximo análisis.

Cabe aclarar, que tanto la amplia variedad de soportes materiales expuestos a continuación, como la cantidad de discursos recopilados, consolidan y son directamente funcionales nuestra hipótesis de investigación del presente trabajo, ya que de esta manera, intentamos demostrar que la hegemonía de la que hablamos no se restringe a una única materialización, ni a un acontecimiento en particular.

Aquellos discursos se manifiestan en medio de la eliminación de Argentina en el Mundial de 2002 en Corea y Japón, por un lado; en la derrota de la final de Copa América Centenario 2016, con sede en Estados Unidos, por otro; en las continuas comparaciones de los futbolistas Diego Armando Maradona y Lionel Messi y en la inscripción de grafitis en la vía pública, tras derrotas consecutivas de equipos del torneo de fútbol nacional.

2.2.1. Selección argentina, Mundial Corea y Japón (2002)

La Selección argentina de Marcelo Bielsa disputó el Mundial de Fútbol en 2002, cuya sede fue el continente asiático, precisamente los países de Corea y Japón.

Los primeros triunfos del entrenador en la Selección se dieron en el comienzo de las eliminatorias previas, a mediados del 2000 (Senosiain: 2014). Si bien Diego Simeone, uno de los jugadores que conformaban el plantel, diría tiempo después que les llevó “un año y medio entender al técnico”, desde entonces, se percibió un rotundo liderazgo en el fútbol sudamericano. A pesar de la polémica que despertó su modo de jugar, las expectativas culminaron siendo muy altas.

De todas formas, ni bien se supo cuáles serían los contrincantes en la fase inicial de la Copa del Mundo los medios alertaban: “Argentina ya tiene ‘Grupo de la Muerte’”¹³, siendo sus primeros rivales Nigeria, Inglaterra y Suecia.

Antes de embarcar rumbo a Asia Bielsa entrenador expresó: “El medio ya decidió que no salir campeón será un fracaso. Nosotros quedamos sujetos a esa opinión, que doy por válida”, aunque aclaraba que, de todos modos, su estado era el de “la vigilia de cualquier tipo ilusionado” (Senosiain: 2014, 134).

El 12 de junio de aquel año, en su tercer partido, el equipo argentino se despidió de la Copa Mundial, obteniendo una victoria, una derrota y un empate en su fase inicial. Dicha eliminación fue uno de los peores resultados en la historia del seleccionado nacional. “Buena parte de la prensa sacó los cuchillos que tenía guardados. Me impresionó en ese momento la dignidad que tuvo su equipo ante la derrota. No hubo ratas huyendo del barco” (Iucht: 2011, 8), sentenció Ezequiel Fernández Moeres¹⁴.

“El vestuario es lo más parecido que se pueda imaginar a un velorio. Los jugadores exhiben su frustración y el silencio se puede escuchar. Nadie atina a nada, ni siquiera a quitarse los botines, hasta que en un costado el llanto desgarrador de Marcelo Bielsa los termina de conmover todos”
(Iucht: 2011, 289).

Los medios de mayor difusión estaban en contra del entrenador y la opinión pública era en gran porcentaje negativa respecto de su continuidad en el cargo (Iucht: 2011). Senosiain (2014, 52) detalla:

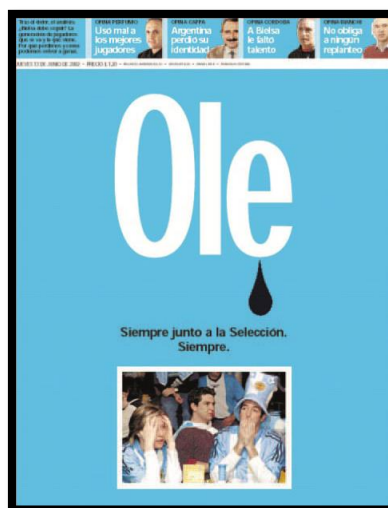
“Después del mundial, con el fracaso a cuestas, uno de los dolores que más lo apretaba era el que tenía que ver con el descrédito sobre su mensaje. El discurso, en el fútbol como en pocos otros órdenes, depende del triunfo para hacerse valer”.

¹³EFE (2001) “Argentina ya tiene Grupo de la Muerte” (Sin lugar) *ESPNDPORTES*. Recuperado el 15 de octubre de 2017 de: <https://goo.gl/z9uca9>

¹⁴ Actual periodista del diario *La Nación*.

La consecuencia de este hecho, trajo aparejada numerosas críticas, las cuales plasmaremos a continuación, a través de los siguientes discursos. De todas formas, el alcance de los mismos no ha sido de lo más simple, ya que cabe recordar, en el año 2002 no existían las redes sociales tales como *Twitter* y *Facebook*, las cuales nos hubiesen permitido un acceso a un rango más amplio, como ha sucedido con hechos –y discursos- más recientes, que también analizaremos en este apartado. Las noticias en páginas *web* no abundaron demasiado, por lo que también recurriremos a fragmentos de programas televisivos encontrados en la herramienta de *Youtube*.

- **Portada diario deportivo “Olé”, Argentina (2002)**



15

La tapa de esta tira deportiva fue editada al día siguiente de la eliminación de Argentina en primera ronda del campeonato. Al tener intenciones de dilucidar las formas nominales constitutivas de los discursos, en este caso comenzaremos por las categorías implícitas relativas a la parte gráfica del corpus. Podríamos decir que al ver una gota de lágrima negra, en medio de los colores celeste y blanco, encontramos la forma nominal de “la tristeza” o de “el luto”, acompañada claro está, de una imagen que refuerza esta idea, mostrando “el sufrimiento” de los hinchas argentinos.

¹⁵ *Olé*. (2002). “Tapas de Olé”. Argentina. *Olé*. Recuperada el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/hEshxu>



16

En la parte superior de esta portada, se observa que el diario *Olé* resalta además de una pregunta retórica propuesta por los redactores del diario, frases de diferentes referentes del mundo futbolístico. Aquí, distinguimos las siguientes formas nominales: “el dolor”, “la derrota”, “la victoria”, “el uso –de jugadores–”, “la identidad”, “el talento”.

Este primer análisis sugiere como idea predominante la de resaltar el suceso de “la derrota”, estando el país inmerso en un duelo nacional.

- **Noticia de diario “La Nación”, Argentina (2002)**

El diario “La Nación” publicó en su versión *online* una noticia relativa a las consecuencias que acarreó la eliminación de la Selección en 2002. La misma fue titulada:



17

En su cuerpo describía:

“La sorpresiva eliminación de la selección argentina en la primera ronda del Mundial de fútbol no sólo provocó una gran desilusión en casi todos los

¹⁶*Olé*. (2002). “Tapas de Olé”. Argentina. *Olé*. Recuperada el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/hEshxu>

¹⁷*La Nación*. (2002) “La eliminación del mundial hace caer la publicidad un 50%”. Argentina. Recuperado en octubre de 2017 de: <https://goo.gl/K8w5tm>

argentinos, sino también un millonario lucro cesante para decenas de empresas que esperaban salvar el año con el torneo.

La lista de víctimas del fracaso de los dirigidos por Marcelo Bielsa incluye desde grandes supermercados hasta pequeños comercios, pasando por medios de comunicación, agencias de publicidad, fabricantes de remeras, bares, restaurantes y hasta vendedores ambulantes.

Sólo en concepto de avisos, las estimaciones de las agencias eran que si la Argentina lograba coronarse campeona en Japón la torta publicitaria en televisión, radio y diarios podía crecer en más de \$30 millones, aunque al quedar el equipo eliminado en la primera ronda el desembolso final no superará los \$15 millones. (...)

La lista de las empresas que más habían apostado por el Mundial estaba encabezada por los sponsors oficiales de la Asociación Argentina de Fútbol (AFA), como Visa, Repsol YPF, Coca-Cola, Quilmes, Carrefour, Adidas, AIRG o McDonald's. Estas empresas firmaron un acuerdo de patrocinio con la firma Puntogol, a un promedio de \$ 1,5 millón anual. (...)

*'La inversión más fuerte la habíamos hecho en los días previos al comienzo del Mundial, aunque no podemos negar que ahora vamos a reducir nuestra presencia en avisos y no descartamos negociar los precios para abajo', aclararon en Repsol YPF'*¹⁸.

Observamos que Clarín concluye que la derrota acarreó dos consecuencias: la primera, la de “la –gran- desilusión” de los argentinos; la segunda: el cese de “el –millonario-lucro” para decenas de empresas, que esperaban “salvar el año” con el torneo. Evaluamos que en esta noticia, ambas consecuencias son ubicadas en un mismo pedestal, estando asociadas por la forma nominal de “las víctimas” de aquel “fracaso”. Allí el diario bien detalla quiénes fueron esas víctimas que pretendían hacer negocios con el deporte en cuestión, proceso que investigó Galeano en su obra.

De todas formas, si bien la importancia otorgada a “ambos tipos de víctimas” es la misma, “la –gran- desilusión de los argentinos”, en lo que respecta a la compra, por ejemplo del *merchandising*, fue una causa de aquel cese del “millonario lucro”. Es

¹⁸La Nación. (2002). “La eliminación del mundial hace caer la publicidad un 50%”. Argentina. Recuperado en octubre de 2017 de: <https://goo.gl/K8w5tm>

decir, sin la desilusión del pueblo –en parte-, entendemos que no hubiera habido bajas en del negocio sustentado por el fútbol.

Las formas nominales de “los avisos”, “la publicidad”, “la apuesta”, “la inversión”, ésta última expresada en el discurso citado de YPF, explican –implícitamente- de qué manera las empresas se sirven económicamente del fútbol, remitiendo a la baja de cifras millonarias, a causa de a la relación de “las expectativas” con “el fracaso”. Si bien el operador de interpretación de “las expectativas” no está explícito en este corpus, hemos discernido su existencia a través de “la –gran- desilusión”, “las estimaciones”, “la apuesta”.

- **Página web “echalo.com”, Argentina (2004)**

Once días previos al comienzo del inicio de los Juegos Olímpicos que se disputarían en Atenas, Grecia, la Selección argentina había perdido por primera vez un partido de eliminatorias, de cara al Mundial de Fútbol del año 2006. Fue ante Brasil por 1-3, un 2 de junio del año 2004 y, consecuentemente, ubicó al equipo nacional en segunda posición¹⁹.

Un día después de aquel suceso, simpatizantes de la albiceleste crearon un sitio en internet en el que se juntaban firmas para echar a Marcelo Bielsa, quien era acusado de haberle “quitado la alegría al equipo”²⁰. En la página *Echalo.com*, la cual actualmente no tiene vigencia, apoyaron el proyecto más de 5.000 personas, expresando a Julio Grondona, en aquel momento el titular de la Asociación del Fútbol Argentino: “Que se vaya Bielsa y que llegue Carlos Bianchi”²¹, entrenador con un importante historial en el fútbol argentino.

El sitio web chileno *emol.com* rescató palabras de Javier Calandrelli, de 32 años quien materializó esta idea: “Queremos que, o bien Grondona recapacite, o bien Bielsa

¹⁹Clasificación de Conmebol para la Copa Mundial de Fútbol de 2006. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/ck7Yr3>

²⁰Eliminatorias: Hinchas quieren echar a Bielsa a través de Internet. (2004) Santiago, Chile. *Emol*. Recuperado el 15 septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Bbjjac>

²¹Idem

recapacite. Principalmente el motivo de este movimiento es por la falta de alegría y de sentirse identificado con la selección”²², explicaba el joven creador del sitio y agregaba:

“Queremos el fútbol de vuelta. Uno antes iba a la cancha y en medio de la crisis, la inseguridad, los seres queridos que emigran a España, nuestros ahorros atrapados en los bancos, podía decir ‘pero esto, la alegría del fútbol, esto no me lo puede sacar nadie’. Y nos equivocamos”²³.

Aquí podemos observar otro soporte significativo de esta propia materialización espacio-temporal del sentido: una página web en la que, mediante adhesiones de distintos usuarios, se pretendía desplazar a Marcelo Bielsa. Al no tener acceso a la misma analizaremos las formas nominales, propias de los fragmentos de la entrevista mencionada que hallamos en la web.

Se puede extraer, como categoría nominal predominante, la de “la alegría”. La misma está vinculada al suceso de eliminación temprana del seleccionado argentino y a la derrota ante Brasil, con el pretexto de haber sido erradicada por el entrenador. Como consecuencia, invitan a “recapacitar” al entrenador y al mismo presidente, por aquella falta de alegría y de “identidad” con la selección.

Por otra parte, recordamos que Argentina atravesó una crisis social, política y económica en medio de la participación del Mundial de Fútbol de 2002, por lo que muchos compatriotas consideraban este suceso, como una posible “válvula de desahogo” (Galeano: 2014, 230). En las declaraciones que analizamos, observamos cómo las expectativas del joven creador del sitio —y de gran parte de la sociedad— imponían la *obligación* de obtener buenos resultados, en nombre de aquella crisis.

• Programa televisivo de Mundial Brasil, TyC Sports, Argentina (2014)

En el marco del Mundial del año 2014, el periodista Alejandro Fabbri repasaba en el estudio la historia de los campeonatos mundiales de fútbol, a partir de una producción

²²Eliminatorias: Hinchas quieren echar a Bielsa a través de Internet. (2004) Santiago, Chile. *Emol*. Recuperado el 15 septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Bbjjac>

²³Idem

audiovisual con fragmentos propios de cada uno de ellos. En este caso, traeremos a colación el compilado que conmemoraba la Copa del Mundo en Corea- Japón. Allí, en una oportunidad el conductor manifestó: “Este fue uno de los grandes fracasos de selecciones”²⁴.

Estamos presentes ante una frase en la que Fabbri contundentemente recurre a la forma nominal de “el fracaso”, atribuyéndoselo al hecho de la pronta eliminación del equipo.

Por otra parte, el mismo compilado incluye, entre otras cosas, breves entrevistas en la vía pública a los transeúntes que pasaban fortuitamente por las calles porteñas. El zócalo escrito sobre este fragmento del informe dice: “La continuidad de Bielsa en la Selección. En la calle, la gente opinó sobre el entrenador”²⁵.

El primer entrevistado expresó: “Acá hubo un fracaso muy grande. Él ha sido el responsable de esta situación”²⁶.

Bien se puede observar que recurre, de la misma forma que el conductor del programa, al operador de interpretación de “el fracaso”, asignando la responsabilidad a una sola persona. En tanto que el segundo, ante la pregunta de si estaba o no a gusto con el entrenador responde: “Deportivamente sí, pero matemáticamente no se le dio”²⁷.

Aquí evaluamos que si bien “el estilo”, forma nominal que veremos que refiere Marcelo Bielsa en reiteradas oportunidades, es considerado por este interlocutor, al haber sido superado por “lo matemático”, no cobra valor. Un tercer interlocutor se explaya, diciendo: “Es una persona inteligente, capacitada, demostró en 18 partidos invictos que es un técnico de verdad, lo que pasa que en un país donde todo se maneja en función del éxito, fracasar en un mundial es muy importante”.

²⁴[Fabio Tokman]. (2014, Junio, 25) “Historia de los Mundiales: Corea Japón 2002” [Archivo de video] Recuperado el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/F81Z6G>

²⁵Idem

²⁶Idem

²⁷Idem

Este enunciador adopta una postura similar a la del entrevistado anterior, resaltando lo importante de “el merecimiento”, “el camino”²⁸, pero concluyendo que “el fracaso” opacó todo lo positivo que se podía extraer.

Luego, Alejandro Fabbri retoma el hilo de la conducción del programa y resume: “Bueno, ahí la gente hablaba sobre la continuidad o no de Marcelo Bielsa”.

Nuestra pregunta al respecto es: ¿La gente es quien decide hablar en aquella oportunidad sobre la continuidad del entrenador o en el fondo fue un tópico impuesto por el mismo programa televisivo, a lo que los entrevistados son sometidos a responder, sin tener espacio para expresar propios – y tal vez diferentes- puntos de vista sobre la derrota del mundial? Este interrogante, como muchos otros en esta investigación, nos abre las puertas hacia una muy amplia discusión digna de abordar en futuras investigaciones, respecto del rol de los medios de comunicación en la sociedad.

Otro momento de este compilado emitido en el programa de *TYC Sports*, es el del repaso de las palabras y reflexiones por parte del mismo Fabbri, junto a otros periodistas. Uno de ellos es Matías Martín, quien tras el suceso de eliminación de Argentina expresaba:

*“Yo estoy mal. Yo estoy muy mal. Estoy deprimido sobre todo porque la decepción es acorde a la expectativa y la expectativa era enorme realmente con este equipo (...) Es como la revancha de Tyson. Ya está, ya perdiste, ya está. Me parece que después... Se acabó esto”*²⁹.

Las formas nominales de “la decepción” y “la depresión” son expresadas, por parte del periodista, a modo de consecuencia de “la –enorme- expectativa” que se había generado previo al mundial. Minutos después, en relación a la continuidad o no de Marcelo Bielsa, sostiene de manera convincente que no había nada que hacer luego de la derrota: “Ya perdiste, ya está”.

²⁸ Las formas nominales de “el merecimiento” y “el camino” son unas de las tantas entidades que Marcelo Bielsa utiliza como gramáticas de producción, las cuales apreciaremos en el siguiente capítulo.

²⁹ [Fabio Tokman]. (2014, Junio, 25) “Historia de los Mundiales: Corea Japón 2002” [Archivo de video] Recuperado en septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/F81Z6G>

2.2.2. Selección argentina, Copa América Centenario, Estados Unidos (2016)

En este apartado, los fragmentos discursivos son los posteriores a una segunda derrota – consecutiva- en Copa América 2015 y en Copa América Centenario 2016. Ambas fueron consecuencia de la instancia de penales, contra la selección de Chile, estando al mando del rosarino Gerardo Martino, como director técnico.

El mismo debutó en el seleccionado nacional en el año 2014, finalizando su período de conducción en el 2016, tras un considerado descontento popular. Cabe aclarar, que en el mismo año 2014 previo a la asunción del entrenador en cuestión, el bonaerense Alejandro Sabella condujo al seleccionado albiceleste a la final del Mundial disputado en Brasil, partido en el que fue derrotado por Alemania 1-0.

Por otra parte, consideramos esencial destacar las estadísticas que conllevó el paso de Gerardo Martino por la selección nacional, ya que las mismas reflejan resultados porcentuales positivos.



GERARDO MARTINO EN LA SELECCIÓN ARGENTINA	
29	PARTIDOS DIRIGIDOS
19	VICTORIAS
7	EMPATES
3	DERROTAS
66	GOLES MARCADOS
18	GOLES RECIBIDOS

30

A pesar de los números expuestos, la derrota consecutiva de ambas copas continentales han dado que hablar, por lo que a continuación, plasmaremos discursos que fundamentan dicha aseveración.

³⁰Giaccio, Manuel. (Julio 2016). Se fue el Tata: los números de Gerardo Martino en la Selección argentina. Argentina. *GOAL*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/xLUrli>

- **Diario digital Olé, Argentina (2016)**

En primera instancia nos serviremos de discursos a modo de comentarios, por parte de usuarios del diario online deportivo *Olé*, tras una noticia que el mismo tituló:



31

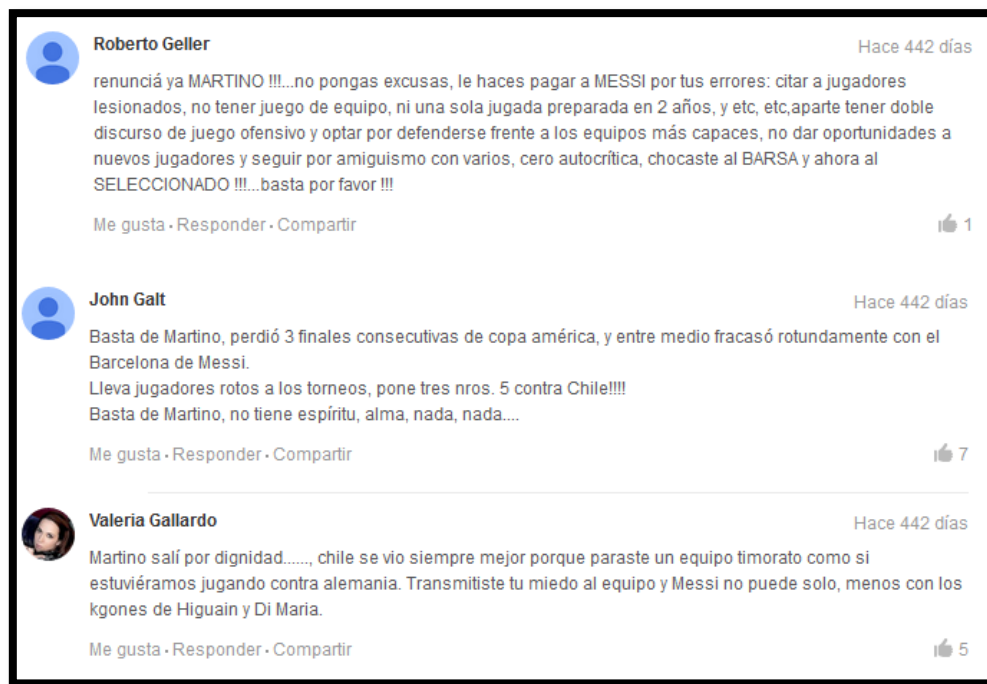
Allí, algunos simpatizantes de la Selección expresaban:



32

³¹Claus, Hernán. (Junio 2016) ¿Hasta cuándo aguanTata? Argentina. *Olé*. Recuperado el 15 septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>

³²Idem



33

Destacamos en primer lugar y por parte del mismo diario, la forma nominal de “el futuro –incierto-”. El titular de “hasta cuándo aguantaría” y la metáfora de “el portazo” que utiliza en su bajada, sustentan esta idea de un futuro frágil, ya que “muchos” lo daban como retirado. Este adverbio de cantidad, tal vez, forme parte de nuestra hipótesis de la hegemonía discursiva.

Luego, enfocándonos en los comentarios, observamos el pedido inmediato de “la renuncia”, ante las expresiones: “Renunciá ya”, “Basta”, “Salí”. Mediante un uso constante de la forma nominal de “el fracaso”, se le recuerda en tres oportunidades, “el fracaso –rotundo”, valga la redundancia, en el Barcelona Fútbol Club, equipo que dirigió previamente y con el que conquistó la Supercopa de España.

Otras dos formas nominales que se pueden extraer son las de “la dignidad” y “la culpa”, una servida como lo último que le quedaría por perder en caso de que no renunciase al cargo y otra, en delegación de la responsabilidad de la Asociación del Fútbol Argentino por haber contratado a Gerardo Martino.

³³Claus, Hernán. (Junio 2016) ¿Hasta cuándo aguantará? Argentina. *Olé*. Recuperado el 15 septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>

• Twitter, Argentina (2016)

Otro soporte significativo de los discursos futbolísticos es la herramienta de la red social *Twitter*. La misma comenzó a ser utilizada en julio de 2006 y actualmente se estima que participan 500 millones de usuarios³⁴. En este caso se aprecian las repercusiones que conllevó la salida del técnico de la selección, por decisión propia, nueve días después de la derrota en la Copa América Centenario.



35

Una herramienta incorporada por la red social de *Twitter*, ha sido la del *hashtag*. El mismo es definido como un “Término que sirve para identificar palabras que están

³⁴Twitter. (S.f) En *Wikipedia*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/YUAvSV>

³⁵(Dif. usuarios) (Julio 2016) [#chaumartino](#). Argentina. En *Twitter*. Recuperado el 9 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/bB6qZt>

prefijas por un símbolo de número (#). En el mundo de Internet hay páginas que permiten el uso del *hashtag* para identificar etiquetas que se usan para identificar contenido”³⁶.

Los precedentes *twits* seleccionados, están unificados por el *hashtag* #ChauMartino, expresión que permite un criterio de identificación respecto de usuarios que, en este caso, demostraron conformidad y alegría por la renuncia del entrenador.

Aquí desciframos, en primera instancia, las formas nominales de “los resultados” y de “la victoria”, esta última de manera implícita por el uso del verbo “ganar”. “El fútbol es resultados, es ganar”, define uno de los simpatizantes. Luego vemos cómo en las expresiones se apela a una noción hegemónica de aquella pretensión de la renuncia: “es un triunfo de todos”, “es un favor al país”.

Otra forma nominal que logramos desentramar y que consideramos que también está implícita, es la de “la inmediatez”. Uno de los usuarios expresa cuánto había tardado el entrenador en darse cuenta de aquel fracaso, lo cual matemáticamente habían sido nueve días después.

Se observa con claridad la categoría nominal de “la decepción”, en donde el usuario le atribuye aquel sentimiento a Gerardo Martino, quien expresa que tenía “la culpa” de la derrota de las tres finales, siendo una de ellas ajena a su conducción.

Por último dilucidamos la forma nominal de “la efectividad”, la cual es catalogada por un usuario como el atributo más importante que podría tener un director técnico.

2.2.3. Comparaciones entre Diego A. Maradona y Lionel A. Messi

Es frecuente encontrarse con comparaciones de los futbolistas más codiciados del planeta, en pos de establecer cuál de ellos es el mejor, *el más grande*. “¿Maradona o Messi? ¿Maradona o Pelé? ¿Messi o Ronaldo? ¿Messi o Neymar?”, suelen invadir el discurso futbolístico cualquiera sea el ámbito en que se trate. En este caso expondremos sólo algunas de estas comparaciones recurriendo al dilema futbolístico nacional:

³⁶Castro, Luis (Julio 2017) ¿Qué es hashtag y cómo se usa? *About Español*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/97LUEp>

¿Maradona o Messi? A continuación expondremos discursos futbolísticos extraídos de la *web*, cuyo soporte son las siguientes tablas comparativas, las cuales también situaremos cronológicamente, aunque sin poder obtener una descripción detallada de su contexto de producción.



37



38

³⁷Taringa! (2013). Messi, a un Mundial de Maradona. Argentina. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/rDVGPQ>

³⁸Grup14. (S.f) Messi Comparativa de MESSI Con Maradona, Pele, Cruyff. Argentina. Taringa Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/kAurQf>



LIONEL MESSI		VS	DIEGO MARADONA	
102	CAPS		91	
46	GOALS		34	
0	INTERNATIONAL TITLES		1	
482	CLUB APPEARANCES		588	
412	CLUB GOALS		312	
7	LEAGUE TITLES		5	
6	EUROPEAN HONOURS		1	
24	TOTAL CLUB HONOURS		11	
4	WORLD PLAYER OF THE YEAR		1	

39



	PELÉ	MARADONA	MESSI
PARTIDO	1,366	679	549
GOLES	1,282	346	207
GOLES POR PARTIDO	0.93	0.50	0.37
TÍTULOS CLUB Y SELECCIÓN	40	13	23
DISTINCIONES INDIVIDUALES	38	23	37

40

En líneas generales, aunque de manera implícita, advertimos la existencia de las formas nominales de “la rentabilidad”, “la victoria”, “lo obtenido”, “el triunfo”. La comparación entre ambas figuras es en virtud de los números y las estadísticas surgidos a partir de los resultados de los atributos cuantificados en las tablas. Ellos son: “partidos”, “goles”, “finales”, “penales”, “tiros libres”, “trofeos”, “campeonatos”, “títulos”, “distinciones individuales”, “honores”.

En contraposición, Marcelo Bielsa supo expresar en una oportunidad, en conferencia de prensa en España:

“Disfruté de Pelé, de Maradona, y disfruto de Messi. Participar de comparaciones me parece que no tiene como objetivo engrandecer al elegido, sino empequeñecer al descartado. Los tres son admirables”⁴¹.

³⁹Bein Sports. (2015) La comparación Messi – Maradona. Barcelona, España. WELOBA. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/pjeNzm>

⁴⁰Velocidadmaxima.com. (2016). Copa América Centenario. Chile Campeón. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/uG4fgS>

⁴¹[Radio Televisión de Castilla y León] (2012, Mayo, 26) “Rueda de prensa de Marcelo Bielsa tras perder la final de la Copa del Rey” [Archivo de video] Recuperado el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/8vuoZ>

2.2.4. Graffitis en la vía pública, torneos argentinos de Primera División

En esta oportunidad recurriremos a un nuevo soporte, que refleja la configuración espacio temporal del sentido de la que hemos estado investigando. En este caso, se trata de los graffitis escritos en la vía pública, cuyo mensaje, consideramos que siempre es conciso y contundente.

- **Club Atlético Rosario Central, Torneo Final, Rosario (2013)**

Este primer ejemplo refiere a un discurso expresado en las inmediaciones del Club Atlético Rosario Central, por parte de sus aficionados. El equipo *auriazul*, en tiempos de regreso a primera división, no había comenzado de la mejor manera el nuevo torneo del año 2013 y en aquel entonces, restaba un mes para la disputa de su clásico Newell's Old Boys, el cual oficialmente no se disputaba desde hacía cuatro años y culminó con una victoria para el equipo del barrio de arroyito, ubicado en la zona norte de Rosario⁴².



43

En este discurso podemos identificar claramente tres oraciones dedicadas a los jugadores del plantel. En primer lugar, se lee con claridad que los interlocutores apelan a “lo mercenario”, como adjetivación hacia los mismos. Si bien estos hinchas fueron allí conscientes de que “lo económico” está presente en el mundo futbolístico y que el

⁴²Actis, Andrés (Septiembre 2013) En Rosario, también hubo mensajes a un mes del clásico. *Clarín*. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/QD5g9W>

⁴³ Ídem

trabajo de los jugadores depende de ello, acordamos que fue sacado a la luz sólo a costa de “los resultados”, indeseados, en aquel entonces.

Por otra parte, podemos discernir las formas nominales de “la vida” y “la muerte”. En primera instancia, percibimos que la forma nominal de “la vida” está implícita en las dos últimas oraciones. En la segunda oración lo fue de manera explícita, considerando que la institución de Rosario Central está por encima de “la vida” de los jugadores, pero en la tercera oración aparece implícitamente.

En la última manifestación de este discurso, tanto la vida como la muerte, son utilizadas en la espera de “los resultados” futbolísticos próximos: Si ganaban implicaba “vida”, si perdían implicaba “muerte”.

- **Club Atlético Rosario Central, Torneo Final, Rosario (2014)**

Cuatro encuentros deportivos sin ganar fue la causa que generó la existencia de este nuevo grafiti. En medio del Torneo Final argentino del año 2014, simpatizantes de Rosario Central exigían a los jugadores que volviesen al triunfo⁴⁴.



45

Aquí somos capaces de observar que la amenaza gira en torno a una idea similar a la de la ejemplificación anterior. Por nuestra parte, por su proximidad semántica, asociamos a

⁴⁴*Urgente24*. (Marzo 2014) Jugadores de Rosario Central amenazados por los barras. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de <https://goo.gl/EmSboK>

⁴⁵Idem

“las balas” con una metáfora que alude a “la muerte”, es decir, a la consecuencia de muerte que aparejaría, por parte de estos interlocutores, en caso de que “los resultados” no se diesen tal como lo esperaban. Al acompañar aquella expresión con el hecho de que “sobran”, en contraposición, muestran qué es lo que falta: “los huevos”.

Nos cuestionamos, en consecuencia: ¿Realmente esa expresión es por “el desarrollo”⁴⁶ en sí que atraviesan los jugadores o es una expresión directamente vinculada a las cuatro fechas en la que no se obtuvo nunca un triunfo? Consideramos que la crítica hacia “el – mal- desarrollo” es dada sólo en virtud de la escasa obtención de puntos en un mes.

• Club Atlético Colón, Torneo Final, Santa Fe (2016)

En abril de 2016 la sede del Club Atlético Colón de Santa Fe se encontró con otro grafiti amenazante, de características casi idénticas a los precedentes. Esto sucedió en la fecha 12º, previo al clásico santafesino, cuyo rival es el Club Atlético Unión. En la primer etapa del torneo, este tradicional encuentro había desfavorecido por tres tantos al club agredido⁴⁷.



48

En esta oportunidad también podemos evaluar la existencia de un discurso el cual incita al destinatario a decidir por dos opciones: “la victoria” o “la muerte”, textualmente: (ganar) “el clásico” o (habrá) “las balas”.

⁴⁶La forma nominal de “el desarrollo” es una de las tantas entidades que Marcelo Bielsa utiliza como gramáticas de producción, las cuales apreciaremos en el siguiente capítulo.

⁴⁷*Infonews*. (Abril 2016) “Clásico o balas”: las pintadas amenazantes de hinchas de Colón. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de : <https://goo.gl/TbxK6a>

⁴⁸Idem

2.3. El éxito: la única fuente tangible de credibilidad⁴⁹

Es momento ahora de destacar las principales ideas que hemos extraído del previo análisis, gracias a la presencia de las formas nominales en cada hecho y en cada soporte significativo en particular. Dichas entidades pueden agruparse de la siguiente manera:

- “El fracaso”; “la derrota”.
- “lo matemático”, “los resultados”, “la victoria”, la efectividad”, “la rentabilidad”, “lo obtenido”, “el triunfo”, “lo numérico”, “las estadísticas”, “-la cantidad de- partidos jugados”, “-la cantidad de- goles marcados”, “-la cantidad de- finales disputadas”, “-la cantidad de- penales ejecutados”, “-la cantidad de- tiros libres ejecutados”, “-la cantidad de- trofeos obtenidos”, “-la cantidad de- campeonatos obtenidos”, “-la cantidad de- títulos obtenidos”, “-la cantidad de- distinciones individuales cosechadas”, “-la cantidad de- honores recibidos”.
- “las expectativas”, “la tristeza”, “el sufrimiento”, “el dolor”, “la –gran-desilusión”, “las víctimas”, “la alegría –erradicada-”, “la decepción”, “la depresión”.
- “la muerte”, “las balas” y “la vida”.
- “el negocio”, “el millonario lucro”, “los avisos”, “la publicidad”, “la apuesta”, “la inversión”, “el uso de jugadores”.
- “-la pérdida de- la identidad”, “-la pérdida de- el talento”, “la culpa”.
- “la renuncia”, “el portazo”, “la salida”.

Podemos observar que la noción de “el fracaso” es quien se lleva el papel principal en cada discurso, por lo que el resto de las formas nominales giran en torno a ella. Por nuestra parte, somos conscientes de que la mayoría de estos ejemplos son sucesos que han desembocado en resultados negativos, pero justamente y por dichas razones, hemos establecido como primer medida la realización del recorrido previo que llevó en cada momento, a cada equipo, hacia aquel desenlace. En concreto, intentamos conducir al lector al mismo camino que supieron atravesar los diferentes equipos, ya que eso mismo justifica nuestra concepción hegemónica que consideramos que constituye al discurso del fútbol moderno.

⁴⁹(Senosiain: 2014, 43). Esta referencia se ubica en el pie de página, por cuestiones meramente estéticas.

Las formas nominales que consideramos que configuran los parámetros de evaluación de estos hechos, por parte de los interlocutores del discurso futbolístico moderno, son las de “lo matemático”, los resultados”, “la victoria”, “la efectividad”, “la rentabilidad”, “lo obtenido”, “el triunfo”, “lo numérico”, “las estadísticas”, “-la cantidad de- partidos jugados”, “-la cantidad de- goles marcados”, “-la cantidad de- finales disputadas”, “-la cantidad de- penales ejecutados”, “-la cantidad de- tiros libres ejecutados”, “-la cantidad de- trofeos obtenidos”, “-la cantidad de- campeonatos obtenidos”, “-la cantidad de- títulos obtenidos”, “-la cantidad de- distinciones individuales cosechadas”, “-la cantidad de- honores recibidos”. Dichos atributos, están vinculados a lo numérico, a lo cuantitativo, escapando de un análisis cualitativo, lo que implicaría una comprensión más a fondo sobre de las causas de cada uno de los hechos en cuestión.

Cuando estos atributos no culminan siendo los esperados, cuando fallan “las expectativas”, las consecuencias se manifiestan a través de los operadores e interpretación de “la tristeza”, “el sufrimiento”, “el dolor”, “la –gran- desilusión”, “las víctimas”, “la alegría –erradicada-”, “la decepción”, “la depresión”.

En el momento en que estas últimas entidades cobran un valor extremo, los interlocutores toman fuerza y le atribuyen a la forma nominal de “la violencia” un lugar privilegiado, materializándola con las formas de “la muerte”, “las balas” y “la vida” y estando las dos primeras vinculadas directamente al suceso de “el fracaso” y la última, al de “la victoria”.

Otro aspecto que claramente logramos extraer y que parece ser constitutivo e inherente a los discursos que aquí citamos, es el de la influencia de “el negocio”, tal como Galeano da cuenta en sus obras. A propósito, las formas nominales de “-el cese de- el millonario- lucro”, “los avisos”, “la publicidad”, “la apuesta”, “la inversión”, “el uso – de jugadores-” (como si fuesen un producto comercializable) y la pretensión de las empresas de “salvar el año” económicamente, son suficientes para dar cuenta que estos eventos deportivos son una excusa, en parte, para sustentar la vida de una organización con marcados fines de lucro.

Una consecuencia que se suma a esta noción de el “fracaso” que bien manifiestan los interlocutores, es la de atribuir “la responsabilidad” directa a los conductores de los

equipos y en algunos casos, a los jugadores mismos. Lo hemos visto en el Mundial 2002, cuyo entrenador era Marcelo Bielsa; en Copa América y Copa América Centenario de 2015 y 2016 respectivamente, al mando de Gerardo Martino y en disputas de torneos argentinos, con los ejemplos de Rosario Central y Colón de Santa Fe. Las formas nominales que contribuyeron a dilucidar estas huellas fueron las de “-la pérdida de- la identidad”, “-la pérdida de- el talento”, “la culpa”.

¿Qué reclaman aquellos interlocutores, en consecuencia? Una salida con “inmediatez”, por la propia “dignidad” de los “responsables”. Las formas nominales de “la renuncia”, “el portazo”, “la salida” y las expresiones de “el futuro incierto”, “#ChauMartino” y “¿Hasta cuándo aguanta?” hablan a las claras de la fragilidad del futuro profesional de cada uno de ellos.

En síntesis, independientemente de cada suceso en particular, destacamos un factor común que lleva a una concepción hegemónica del fútbol. Es decir, que al irse un técnico sea “un triunfo de ‘todos’”, “un favor ‘al país’” y que “muchos” lo hayan dado ya *afuera*, refleja contundentemente una concepción que aúna a los enunciadores de los corpus expuestos.

De todas formas, no negamos que existan, aunque en pequeña medida, interlocutores que ubiquen en altavoz la mencionada concepción hegemónica de este deporte. Tal es el caso de uno de los transeúntes del programa de TyC Sports traído previamente a colación, en donde en una encuesta sobre la continuidad o no del director técnico tras la inmediata eliminación, expresaba: “(Bielsa) Es una persona inteligente, capacitada, demostró en 18 partidos invictos que es un técnico de verdad, lo que pasa que en un país donde todo se maneja en función del éxito, fracasar en un mundial es muy importante”⁵⁰.

⁵⁰[Fabio Tokman]. (2014, Junio, 25) “Historia de los Mundiales: Corea Japón 2002” [Archivo de video] Recuperado el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/F81Z6G>

3. CAPÍTULO. El arquitecto de lo eventual⁵¹

3.1. El torcedor de lo genéticamente trazado

Al ser el objeto de estudio de la presente investigación el universo discursivo de Marcelo Alberto Bielsa, es fundamental, en consecuencia, responder a los siguientes interrogantes: ¿De quién se trata este personaje que decidimos poner en primer plano de nuestra investigación? ¿Por qué lo hemos hecho? ¿Por qué nuestro objeto de estudio fue su discurso?

Marcelo Alberto Bielsa es un actual director técnico de fútbol. Nació en la ciudad de Rosario, en Argentina, en el año 1955. Para caracterizarlo, nos serviremos de bibliografía dedicada al estudio de su persona, de sus vivencias y de sus métodos de trabajo. En primera instancia, Senosiain (2014, 9) extrae que “de la frustración de Marcelo por no haber desarrollado en primera división sus sueños de jugador, pasó a ser el técnico campeón más joven del fútbol argentino”. Cuenta también, que la abogacía figuraba en el legado impuesto por el abuelo, el padre y el hermano mayor, pero que él se propuso “torcer lo genéticamente trazado” (Senosiain: 2014, 9), lo predestinado, porque guardaba la vocación del fútbol. Al respecto, Bielsa alguna vez relató:

“La mía es una familia de profesionales y jamás se opusieron a mis vocaciones. Quise ser jugador de fútbol y lo fui. Fracasado, pero llegué a jugar en la primera de Newell’s. Después inicié la carrera de preparador físico y la terminé. Soy profesor. Finalmente trabajo como director técnico de fútbol” (Senosiain: 2014, 65).

Respecto a la manera de ser del entrenador, como todo solitario, gasta mucho tiempo en simplemente pensar, en procesar la realidad. Es capaz de anotar un concepto cuando lo elabora, que luego le sirve para desarrollar uno nuevo, “teniendo un permanente deseo de incrementar su conocimiento, al cual llega buscándole a todo una causa e imaginando distintas consecuencias” Senosiain (2014). Acordamos entonces, que este es un primer acercamiento al interés del cual hemos partido para investigar nuestro objeto de estudio

⁵¹ (Senosiain: 2014, 10). Esta referencia se ubica en el pie de página, por cuestiones meramente estéticas.

y además, asociamos dichas acciones y costumbres del entrenador, a la idea de un *laboratorio* en el que “procesa la realidad” de una manera particular, interpelándola a través de sus causas y consecuencias.

Para responder el interrogante de por qué decidimos escoger el discurso de Marcelo *El Loco* Bielsa como objeto de estudio diremos, nuevamente, que lo consideramos *disruptor de la hegemonía discursiva* instalada por el fútbol. A propósito: ¿Por qué *El Loco*? Nos hemos preguntamos en este trabajo y se lo han cuestionado también la prensa y los hinchas, a lo que Marcelo respondió en conferencia de prensa ante los medios en Francia: “Porque algunas respuestas que elijo no coinciden con las que se eligen habitualmente”⁵².

En resumen y, por lo tanto, el apodo de esta figura resume la idea de nuestra hipótesis central: su manifestación espacio-temporal del sentido, parece no tender a hegemonizarse con la unidad significativa o, en otras palabras, con la tendencia discursiva general del fútbol.

Al hacer del mismo un discurso impregnado de apreciaciones éticas y morales, Bielsa se toma el trabajo de justificar y darle una lección a su audiencia, a través de diferentes tipos de razonamientos, que logran penetrar en la conciencia de sus oyentes, invitándolos a reflexionar. Senosiain (2014, 66) recuerda en su escrito las palabras de José Luis Danguise, un compañero de Bielsa en Newell's e Instituto de Córdoba:

“En el curso para director técnico, las horas de psicología se consumían por sus discusiones con el profesor. Desde siempre, se caracteriza por un léxico distinto, con frases bien pensadas y descripciones largas. Cuando jugó en Córdoba sus compañeros lo cargaban en el vestuario, por esas palabras tan suyas: ‘episodios’, ‘discernir’ o ‘amerita’”.

Aquel “procesamiento de la realidad” que mencionamos en párrafos anteriores, entendemos que está vinculado también a esta última anécdota de su compañero. “Por

⁵²*Cuatro cuatro dos*. (Agosto, 2014) Bielsa le explicó su “locura” a los periodistas en Francia. Recuperado el 8 de julio de 2017 de: <https://goo.gl/es1ATK>

todo esto le dicen ‘Loco’, por ser distinto, por ir contra la corriente”, resume el autor (Senosiain: 2014, 70).

Por otra parte, cabe destacar la utilización de un recurso muy particular de puesta en escena de sus palabras: su tono de expresar es monótono, lento y en general, no mira de frente al periodista⁵³, cuando se trata del análisis de conferencias de prensa. No podemos prescindir de subrayar también una de las grandes virtudes que su figura conlleva, ya que su incidencia como entrenador, suele contribuir a la concreción de resultados inesperados de equipos que nunca han sido protagonistas en el entorno futbolístico.

3.2. La prensa: un amor no correspondido

Sumado a estos atributos, la peculiaridad de la figura que decidimos destacar radica en que establece una relación *inusual* con la prensa. El chileno Rojas Rojas (2015) estudió este fenómeno y relata que el D.T. posee una actitud de carácter *defensivo* ante los periodistas.

Un aspecto que resulta útil para desentramar esta extraña relación con dichos profesionales es que sus presentaciones públicas son realizadas sólo ante un auditorio general, sin permitir a los periodistas un acercamiento más íntimo, con el fin de concretar una entrevista particular. Esta decisión fue gracias a una serie de hechos que el entrenador consideró *desafortunados*. Todo esto “es consecuencia de sucesivas experiencias amargas y desencuentros provocados por tergiversaciones, invasión su intimidad y a la de sus dirigidos” (Rojas Rojas: 2015, 165).

Durante su estadía en México el entrenador rosarino supo percibir: “Los medios ponderan sólo lo inmediato, que sumidos en la vorágine de la información diaria interesa tanto el éxito, más allá que sea momentáneo, que relegan la consideración a aquellos que se esfuerzan a largo plazo” (Senosiain: 2014, 107). En relación, Bielsa agrega:

⁵³Entendemos que la información que proporciona la gestualidad es un aspecto digno de ser abordado por la semiótica, pero en esta oportunidad no nos detendremos puntualmente en ese tipo de registros, debido a la intención de circunscribir los criterios de análisis.

“Soy especial. Me importa mucho la opinión del otro, y en ocasiones me causa mucho daño lo que lleguen a pensar de mí. En las entrevistas desearía que aparezca lo que pienso. No tengo problemas si me atacan por lo que creo, pienso o siento, pero sí que me critiquen por cosas que no dije, o que pusieron creyendo que las dije” (Iucht: 2011, 231).

Por dicha razón, dos años antes de asumir en el seleccionado argentino tomó una decisión inusual: “Borró de su agenda y de su memoria a los periodistas con quienes los unía un lazo afectivo”, investigó Iucht (2011, 231). De esa manera, el entrenador se asegura no hacer diferencias, atendiendo los requerimientos únicamente en conferencias:

“Si el precio para armonizar los intereses de los demás es que yo tengo que hacer diferenciaciones, no las voy a hacer. ¿Por qué no discutimos eso, si está bien o está mal que atienda a todos por igual? Y si está mal, díganlo. Porque hay gente que piensa que está mal, lo que pasa es que no puede sostenerlo. ¿Cómo se defiende aquel que dice que una FM de Salta merece un trato inferior al del medio más poderoso de la Capital?” (Senosiain: 2014, 114).

Esto expresaba el director técnico cuando, un 19 de mayo de 2003, se defendía de los rumores de un golpe mediático para desplazarlo de la Selección argentina, tras las declaraciones de Julio Grondona a favor de una vuelta de Carlos Bilardo (Senosiain: 2014).

Iucht reflexiona que, creyendo que en algún momento la prensa letorcería el brazo y acostumbrada a tenerlo todo a partir del dinero, los medios dominantes le hicieron persecuciones periodísticas y ofertas suculentas para lograr la tan ansiada exclusiva, pero él jamás aceptó. “Nunca pudieron digerir su negativa sistemática y esperaron los malos resultados para criticarlo. Bielsa prefirió de todos modos pagar el costo y considerarlos a todos por igual, fiel a su filosofía” (Iucht: 2011, 234).

Las rondas de preguntas y respuestas han llegado a durar hasta tres horas, extendiéndose lo aquellas demandaran. Senosiain (2014) cuenta que, sin posibilidad de semblantearlo en ese formato de entrevistas, nunca se abrió lugar a indagar sobre su vida privada. A propósito, su hermano Rafael Bielsa, en una oportunidad advertía que el periodismo debe tener presente que Marcelo posee la capacidad de hacerlos sentir tan incómodos como lo han hecho sentir a él (Iucht: 2011).

En resumen, los verdaderos privilegiados aquí, además de sus fanáticos seguidores, son sus subordinados: los jugadores del plantel reciben con frecuencia lecciones del entrenador, las cuales hemos analizado en el siguiente capítulo, entre otros discursos.

3.2.2. La generación del '50

Creemos que el mismo Marcelo Bielsa es consciente de la peculiaridad de sus discursos y en alguna oportunidad de su vida, clarificó a la audiencia que él mismo se sirve de discursos *históricamente anteriores* que, nosotros interpretamos como parte de las gramáticas de producción.

“Nada de lo que expongo en mis charlas es nuevo, lo afirmo siempre y con humildad. Todo lo que digo y pienso lo leí en algún lado y me di cuenta que lo que yo pensaba era lo que decía mucha gente, tanto especialistas, como gente de la calle” (Rojas Rojas: 2015, 40).

Por otro lado, el autor chileno inquiriere que, si bien el entrenador tiene aquella relación que hemos desentrañado respecto al periodismo:

“No existe animadversión hacia el periodismo en general. Es más, es coleccionista, tijera en mano, de los comentarios, los apuntes, las noticias, los avisos clasificados, los reportajes, las entrevistas y las investigaciones que ayudan a su tarea como entrenador y profundizan sus conocimientos en el país donde, temporalmente, busque arraigo” (Rojas Rojas: 2015, 165).

Podemos confirmar entonces, que el universo discursivo del entrenador es alimentado por otros discursos predecesores que conforman sus condiciones de producción. Además, otro dato que contribuye a delinear dichas condiciones, es la época en que Bielsa nació: año 1955. El enunciador “pertenece a una generación que comenzó su adolescencia en tiempos de revolución y de nuevas concepciones”, da cuenta Senosiain (2014, 68) y deduce que Bielsa habiendo crecido dentro de una juventud signada por modelos que lucharon por la igualdad social, éste “elige tres líderes: Mahatma Ghandi, Jorge Griffa y Ernesto Guevara” (Senosiain: 2014, 68).

A propósito de este último, el autor asimila un fragmento de Ernesto *El Che* Guevara, con los de Marcelo Bielsa: “Estoy convencido que tengo una misión que cumplir en este mundo y de que en aras de esa misión tengo que sacrificar el hogar e incluso mi vida” (Senosiain: 2014, 68), sostenía el joven Guevara. Con muy disímiles objetivos, la lucha contra el sistema, de un lado y ganar un partido de fútbol del otro, “utilizan ambos los mismos recursos y dedicación para alcanzarlos” (Senosiain: 2014), reflexiona el periodista argentino.

3.3. América y Europa: Las anfitrionas del fenómeno

Bielsa

Con el objetivo de situar al lector en tiempo y espacio respecto del próximo análisis consideramos esencial realizar un breve recorrido acerca del desempeño profesional de Marcelo Bielsa como entrenador.

Si bien el debut oficial de como director técnico oficial fue en el club Newell's Old Boys de Rosario, Argentina, su carrera de entrenador comenzó en el seleccionado de la Universidad de Buenos Aires (UBA, Argentina) a sus 27 años. El mismo estaba integrado por estudiantes que practicaban deportes en forma amateur. En aquel entonces, “el léxico de Bielsa superaba la media y era común observarlo con un diccionario de sinónimos bajo el brazo para tratar de motivar a sus jugadores” (Iucht: 2011, 49).

En el año 1982 el entrenador comenzó a ejercer formalmente su profesión en las divisiones inferiores de Newell's Old Boys⁵⁴, confesando en ese entonces, que se dedicaría a su verdadera vocación, que era la de dirigir (Iucht: 2011). Allí, cada entrenamiento consumía varias horas y “no finalizaba hasta que todos los objetivos no lo hubiesen complacido, durando lo que hiciese falta” (Iucht: 2011, 43).

Una de sus tareas consistió en dividir el mapa de Argentina en 70 partes con la intención de probar a más de mil jóvenes futbolistas para recoger a los más capacitados en su equipo, llegando en tres meses a recorrer 25 mil kilómetros. (Iucht: 2011) De esa manera incorporó a chicos que, años más tarde, serían futbolistas de renombre.

A los seis años de asunción consiguió su primer título. “Los años en que dirigió inferiores, mostraron el estado más puro de su carrera como técnico, su más puro nivel de creatividad”, destaca Senosiain (2014, 62). Aquel éxito llevó a los dirigentes del club, en julio de 1990 a proponer al entrenador el mismo cargo, pero del equipo de primera división, lo que lo llevó a obtener en su temporada inicial el Torneo Apertura 1990⁵⁵. Ratificó en aquel entonces su afición al equipo ubicado en el Parque de la Independencia, en el momento en que gritó su famosa frase: “¡Newell's carajo!”, sobre el césped, subido a los hombros de un hincha y con la camiseta del equipo en la mano.

Dicha consagración habilitó al equipo rosarino a disputar contra Boca Juniors una final para definir el campeón argentino de la temporada, coronándose campeón y Bielsa brindándole a su equipo, el tercer título (Iucht: 2011). En aquel entonces, Bielsa era un personaje atractivo para los medios, pero al mismo tiempo “inclasificable” (Iucht: 2011, 105).

Por otra parte, dirigió el plantel de Newell's Old Boys que disputó la Copa Libertadores de América en el año 1992, alcanzando el segundo puesto tras enfrentarse en la final al São Paulo FC de Brasil. Semanas después, se consagró nuevamente campeón nacional, otorgándole la cuarta estrella a su club⁵⁶.

⁵⁴Marcelo Bielsa (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/AzqDds>

⁵⁵Idem

⁵⁶Idem

En junio de aquel año Marcelo Bielsa partió hacia el club Atlas de México. Durante el primer año sus objetivos fueron los de potenciar la cantera de la institución, tal como había hecho en Rosario, lo que consecuentemente llevó a que la mitad de la selección de aquel país estuviese constituida por jugadores desarrollados por él. En el año 1995 se hizo cargo de otro club mexicano: el América. Gracias a su actuación en ambos clubes, el entrenador recibió la propuesta de dirigir el seleccionado del país, oferta que declinó⁵⁷.

Luego de cinco años en el país centroamericano, Bielsa retornó a la Argentina para tomar el mando de la dirección técnica del Club Atlético Vélez Sarsfield, club con el que también consiguió un título nacional⁵⁸. En junio de 1998 viajó a España para tomar las riendas del Real Club Deportivo Español, aunque renunció al cabo de unos meses, para dirigir a la selección argentina de fútbol, desde octubre de aquel año⁵⁹.

Bajo su mando, su equipo logró obtener “los mejores registros de su historia, tanto en promedio de goles a favor, en contra, porcentaje de partidos ganados y puntos logrados en una eliminatoria para un mundial”⁶⁰. En 2001 Marcelo Bielsa fue reconocido como el ‘mejor seleccionador nacional del mundo’⁶¹.

Un año después, luego de obtener el primer puesto en las eliminatorias sudamericanas, dirigió aquel equipo en el Mundial de Fútbol disputado en Corea y Japón, en el cual Argentina fue eliminada en la primera fase.

A mediados del año 2004 el entrenador condujo al equipo hasta la instancia final de la Copa América celebrada en Perú, en la cual fue derrotada por la selección brasileña. Semanas después Bielsa llevó a la albiceleste a ganar la medalla de oro en los Juegos Olímpicos de Atenas⁶².

Luego de tres años retomó su trabajo como entrenador asumiendo el cargo del seleccionado de fútbol de Chile⁶³. “Pensó en detalle la oferta que lo llevo a recuperar

⁵⁷ Marcelo Bielsa (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/AzqDds>

⁵⁸Idem

⁵⁹Idem

⁶⁰Idem

⁶¹Idem

⁶²Idem

⁶³Idem

aquellas energías perdidas en su país, y motivado por ‘el material humano y la estructura que podría ofrecérsele’ volvió al ruedo” (Senosiain: 2014, 153). Antes de firmar el contrato, su hermano Rafael imaginaba:

“Tiene que irle bien, no queda otra. Es un país a la medida de su modo de pensar. Chile es un país ordenado, entonces puede mejorar el subconjunto fútbol, desordenado y poco profesional, en un superconjunto país, con reglas claras, con continuidad. (...) La manera de pensar de Marcelo se parece mucho a la manera de pensar del destino que eligió para sí mismo” (Senosiain: 2014, 71).

Cuando llegó el tiempo de la Copa del Mundo conformó un grupo de estudio para desmenuzar el desarrollo de la misma. Con ex jugadores y antiguos asistentes “montó un laboratorio en el que se analizaban sistemas tácticos, rendimientos individuales, movimientos ofensivos, recursos en defensa y pelotas paradas, entre otros ítems”, detalla Iucht (2011, 324). En aquel país, culminó siendo catalogado como el “mejor entrenador de América” (Iucht: 2011, 348) en el año 2009, tras conseguir la clasificación al Mundial siguiente, luego de dos ediciones sin que aquel seleccionado pudiese participar.

La siguiente estadía del entrenador fue en el Athletic Club de Bilbao, en España. El estilo de juego del equipo cambió de manera notable lo que posibilitó la disputa de instancias finales en tres oportunidades⁶⁴⁶⁵.

Su destino próximo fue el del país limítrofe. El Olympique de Marsella de Francia no quedó exento de la *experiencia Bielsa* y el 2 de mayo de 2014 confirmó su contratación⁶⁶. El entrenador condujo en la liga francesa, en la Copa de la Liga y en la Copa de Francia. En la primera etapa de la liga francesa, obtuvo ocho victorias consecutivas, lo que catapultó al equipo marsellés a liderar la tabla de posiciones.

⁶⁴Disputó las finales de la Copa del Rey y de la UEFA Europa League,

⁶⁵Marcelo Bielsa (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado en mayo de 2017 de <https://goo.gl/AzqDds>

⁶⁶Idem

Simultáneamente el equipo de Bielsa disputaba la Copa de la Liga y la Copa de Francia. En ambas la actuación del equipo no logró superar las primeras instancias⁶⁷.

En la temporada siguiente en 2015 decidió dar un paso al costado, argumentando sus diferencias con el club y reprochando “haber cambiado los términos del nuevo contrato que iba a firmar”⁶⁸. Si bien su actuación fue irregular, fue catalogado como “uno de los técnicos del equipo con mayor porcentaje de triunfos en relación a los partidos disputados”⁶⁹.

Al año siguiente, los italianos del equipo del Lazio también quisieron que Marcelo formara parte de su club, por lo que emitieron una propuesta salarial que rondaba en una cifra cercana a los tres millones de euros. El 6 de julio de 2016 se confirmó la contratación del entrenador argentino, aunque 48 horas después, Bielsa ratificó su personalidad, poniendo en primer plano una promesa fallida que había acordado con el club⁷⁰.

Su posterior y más reciente destino fue el del Lille Olympique Sporting Club, en Francia. El 21 de junio de 2017 Marcelo Bielsa asumió sus funciones, con un contrato por dos años.

3.4. El laboratorio disruptivo

En este capítulo analizaremos, efectivamente, el universo discursivo de Marcelo Bielsa, para lo que nos serviremos de conferencias de prensa que él ha brindado en el *después* de los partidos que ha conducido y también, de ciertas arengas en las que se ha dirigido hacia sus jugadores. Nuestro criterio de elección estriba en que todos los discursos del entrenador reflejan la idea de nuestra hipótesis central, ya que en todos ellos se encuentran las formas nominales que posibilitan el estudio de las gramáticas de producción sus discursos.

⁶⁷GOAL. (Agosto 2015) Los números de Bielsa en el Olympique de Marsella. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/TH6TFd>

⁶⁸Marcelo Bielsa (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado en mayo de 2017 de <https://goo.gl/AzqDds>

⁶⁹Idem

⁷⁰Marcelo Bielsa (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado en mayo de 2017 de <https://goo.gl/AzqDds>

Situaremos cronológicamente estos discursos contextualizados entre los años 2002 y 2015, intentando abarcar la mayoría de los equipos en los que ha dirigido.

3.4.1. Charla del Colegio Sagrado Corazón, Rosario, Argentina (2002)

Cuando Marcelo Bielsa era seleccionador argentino en el año 2002 brindó una charla a chicos de entre 13 y 17 años del colegio Sagrado Corazón de Rosario, donde él había realizado sus estudios secundarios (Senosiain: 2014, 120). Frente a más de 600 adolescentes, contó que nunca había pensado llegar hasta donde había llegado, que seguramente tenía algún mérito pero que no sabía bien por qué. En parte, recordó cuando en la escuela jugaba al fútbol entre unos árboles y unos bancos de cemento. Regaló también una camiseta de la selección argentina de ese momento, autografiada por todos los jugadores que pronto irían a disputar la Copa del Mundo en Corea-Japón⁷¹.

Por otra parte, el ex compañero de Marcelo en el profesorado de educación física Jorge Maza, quien también daba clases en aquel colegio, aquel día evocó: “Cuando le dijimos al alumnado que venía Bielsa se armó un revuelo bárbaro. La charla fue en capilla, donde está prohibido gritar, por lo que todos aplaudían”. Cuenta también que Bielsa confesó: “Generalmente no me emociono con los aplausos, sólo me emocioné el día que Newell’s salió campeón contra San Lorenzo en cancha de Ferro. Hoy ustedes me hicieron poner la piel de gallina” (Senosiain: 2014, 120).

Aquel evento histórico tuvo una condición por parte del entrenador: que no hubiese prensa⁷², aunque, de todas formas, trascendieron sus palabras en algunos medios de comunicación, lo que nos ayudó a reconstruir el discurso.

“Los momentos de mi vida en los que yo he crecido tienen que ver con los fracasos; los momentos de mi vida en los que yo he empeorado, tienen que ver con el éxito. El éxito es deformante, relaja, engaña, nos vuelve peor, nos ayuda a enamorarnos excesivamente de nosotros mismos; el fracaso es todo lo contrario, es formativo, nos vuelve sólidos, nos acerca a las

⁷¹Grosso, Cristian. (Junio 2002). Bielsa detrás de la máscara. *La Nación*. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/qHMYfm>

⁷²Idem

convicciones, nos vuelve coherentes. Si bien competimos para ganar, y trabajo de lo que trabajo porque quiero ganar cuando compito, si no distinguiera qué es lo realmente formativo y qué es secundario, me estaría equivocando”⁷³.

Aquí podemos apreciar que la idea de Marcelo Bielsa gira en torno a las formas nominales de “el éxito” y “el fracaso”, oponiéndolas e invirtiendo la creencia del sentido común, la cual implica que el fenómeno de “el éxito” es el objetivo primero del fútbol en general y que pasa por alto los valores realmente importantes. La última oración de este párrafo nos despeja toda incertidumbre respecto del lugar que ocupa –la forma nominal de- “el triunfo” en su vida, porque explicaba que sí tenía objetivos de ganar, como en cualquier actividad competitiva, pero que a su vez, realiza una lectura más profunda de lo que “ganar” implica. Continuaba:

“Estoy absolutamente convencido de que la fama y el dinero son valores intrascendentes. Pasa que claro, nos lo describen con un peso tan significativo que parecería imposible resistirse a valorarlos. Creo que el espíritu amateur, el amor hacia la tarea, es lo único que vuelve satisfactorio el paso por el trabajo; cuando observo de qué manera son descriptos hacia el público la celebridades, los ídolos, lamento muchísimo que se jerarquicen ese tipo de cosas, que se los describan millonarios, que se los describan famosos, que se los describan extraídos de la realidad social, fuera del contacto con la gente común. Sí estoy convencido de una cosa: fui feliz cuando disfruté del amateurismo, fui feliz cuando crecí enamorado de mi trabajo. Yo tengo un profundo amor por el fútbol, por el juego, por la esquina, por el baldío, por el picado, por la pelota. Desprecio todo lo añadido, todo lo que le fueron agregando para convertirlo extrañamente deseado. Para explicar un poquito mejor esto, sé que la alegría de un triunfo en un partido dura cinco minutos, después hay un vacío enorme y grandísimo. Y una soledad indescriptible”⁷⁴.

⁷³El Método Bielsa. Fútbol y filosofía (S.f) *Valores y convicciones*. [Blog post]. Recuperado en junio de 2015 de <https://goo.gl/qBqeAY>

⁷⁴ Brunati, Verónica. (Mayo, 2012) Bielsa: “Que el fracaso no les quite el autoestima”. *Marca. com*. Recuperado el 10 de marzo de 2017 de: <https://goo.gl/nCQctU>

En este fragmento el entrenador aproxima, es decir, toma casi como sinónimos, a las formas nominales de “la fama” y “el dinero”, valores que son descriptos con un peso “tan significativo” en el discurso corriente, según Bielsa. Lamenta “la jerarquía”, nuevamente, impuesta por el mencionado sentido común, de las celebridades millonarias, famosas, “fuera del contacto con la gente común”. Damos cuenta que “la fama” y “el dinero” son formas nominales que están englobadas dentro de una forma nominal mayor que es la de “el éxito”. Como contracara, menciona a “el amateurismo”, dando a entender que desprecia todo lo que las transformaciones posteriores de este deporte, de las cuales hemos dado cuenta en el capítulo anterior, le han ido adicionando hasta hacerlo *extrañamente* deseado. Dentro del mismo discurso, agregaba:

“Quiero insistir con que es mucho mejor ser prestigioso que popular, que mucho más importante es el recorrido con el que uno llega a un lugar, que el éxito o no que se obtenga en la búsqueda, que los hechos son mucho más significativos que las palabras, que demostrar es mucho más importante que hablar, que hay que permitir que ingrese la información que riega nuestra parte noble y evitar que ingrese la información que estimula nuestros bajos instintos”⁷⁵.

Podemos observar que aquí contrapone ciertos términos como “lo prestigioso” con “lo popular”; “el recorrido” con “el éxito”; “lo noble” con “los bajos instintos”. Nuevamente, dentro de estos pares de formas nominales, las primeras de cada uno, se ubicarían implícitamente del lado opuesto, o si se quiere negativo, de la concepción de “el éxito” que Bielsa asume. Es decir, que “lo popular”, “el éxito” y “los bajos instintos”, las segundas formas nominales de estos pares, pertenecerían al mismo universo de ideas.

“Nunca me dejé tentar por los elogios. Los elogios en el fútbol son de una hipocresía absoluta. El fútbol está concebido así, tiene que haber o una gran alegría o una gran tristeza. Derrota o victoria, sangre o aplauso, son valores muy caros al ser humano. Entonces, en el fracaso sufro mucho la injusticia del trato, no logré nunca dominar eso. Siempre sufro mucho

⁷⁵Brunati, Verónica. (Mayo, 2012) Bielsa: “Que el fracaso no les quite el autoestima”. *Marca. com*. Recuperado el 10 de marzo de 2017 de: <https://goo.gl/nCQctU>

cuando perdemos y cuando soy maltratado, pero sí logré no creermela duración del éxito. Como no se revisa por qué ganaste, da lo mismo, te adulan por haber ganado, no porque mereciste ganar, por el recurso por el que ganaste. Entonces tuve siempre claroque esa franela, porque ese es el término, es impostora”⁷⁶.

Dilucidamos en este fragmento, la forma nominal de “los elogios”, tratados como una “hipocresía absoluta” y siendo respaldada por el significado de “la alegría”, “la victoria”, “el aplauso”. Nuevamente, Marcelo Bielsa se posiciona desde el lado opuesto a la concepción común de “el exitismo” de la que hemos ya hablado. Al ver que también refiere entrelíneas a “el merecimiento”, sostenemos que se trata de una nueva forma nominal, esta vez implícita, opuesta a la lista de términos que nombramos recientemente. Insiste en que no se revisa “el porqué” del triunfo, “el merecimiento” ni “el recurso” utilizado, sino que el hecho de ganar es mera “adulación”. De esta manera, concluía este discurso:

“No permitan que el fracaso les deteriore la autoestima. Cuando ganás, el mensaje de admiración es tan confuso, estimula tanto el amor hacia uno mismo y eso deforma tanto. Cuando perdés, sucede todo lo contrario. Hay una tendencia morbosa a desprestigiarte, a ofenderte, sólo porque perdiste. En cualquier tarea se puede ganar o perder, lo importante es la nobleza de los recursos utilizados, eso sí es importante; lo importante es el tránsito, la dignidad con la que recorrí el camino en la búsqueda del objetivo. Lo otro es cuento para vendernos una realidad que no es tal”⁷⁷.

En estos párrafos finales considera que la concepción común que se tiene de “el fracaso” y “la victoria” son ideas que “no se deben permitir”. En primer lugar, critica la implicancia que se suele tener de “el fracaso”, por vincularlo con “el desprestigio”, “la ofensa”. En segundo lugar, dice que “la victoria” conlleva a un mensaje de admiración extremo, confuso. Arriba a la conclusión de que eso no es lo importante, sino que lo son –las formas nominales de– “el tránsito”, “la dignidad” y “la nobleza” de los recursos utilizados y de “el camino recorrido”.

⁷⁶Idem

⁷⁷ Brunati, Verónica. (Mayo, 2012) Bielsa: “Que el fracaso no les quite el autoestima”. *Marca. com*. Recuperado el 10 de marzo de 2017 de: <https://goo.gl/nCQctU>

Una vez más, los términos utilizados pueden clasificarse entre los que se ramifican desde la concepción que tiene Bielsa de la forma nominal de “el éxito” y los que derivan de lo opuesto a la misma, llamado en algunas oportunidades extremas: “el fracaso”.

3.4.2. Conferencia de prensa en Selección Argentina, Buenos Aires, Argentina (2003)

Un 19 de mayo de 2003, casi un año después de la peor derrota de su vida y en medio de los preparativos para los Juegos Olímpicos de Atenas en 2004, Bielsa se expresó en una conferencia de prensa (Senosiain: 2014). En la misma, en parte, se defendía de los rumores de un golpe mediático para desplazarlo de la Selección nacional, tras las declaraciones del presidente de la AFA, Julio Grondona, a favor de una posible vuelta de Carlos Bilardo, ex entrenador del equipo argentino, quien lo llevó a la cima de la Copa del Mundo en 1986⁷⁸.

Por otro lado, se refirió a la salida de su colega Osvaldo Ardiles de Racing Club, quien cuatro días antes, había renunciado a la dirección técnica tras la eliminación en la Copa Libertadores. Al respecto compareció:

“Existe un mensaje social perverso que dice que ‘el que pierde se tiene que ir’. Me da muchísima tristeza que eso se haya convertido en ley. Ardiles, por ejemplo, un tipo bien intencionado, armó un equipo que mereció ganar pero no ganó y al otro día renunció. Quiere decir que ganaron ustedes. Disculpen que diga ‘ustedes’ porque sé claramente que hay una porción del periodismo que no interpreta las cosas así. Pero está instalado que el que no gana es un imbécil (...) A Ardiles lo convencieron de que las normas son las que ustedes dicen que son. Él no peleó contra la norma, la aceptó. En los últimos diez años cambiaron las normas: el contenido no importa más, ni tampoco la calidad de los recursos. El mensaje de urgencia que se ha instalado en la Argentina es que todo tiene que ser inmediato” (Senosiain: 2014, 15).

⁷⁸ Carlos Salvador Bilardo. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/MuFz56>

En esta oportunidad, el director técnico se compadeció con aquella renuncia totalmente “inmerecida”, atribuyendo este suceso a aquel “mensaje social –perverso” que la prensa, a quien puntualiza en este caso, logró convertirlo en “ley”. “El equipo no ganó, ganaron ustedes”, insinúa Marcelo. Las formas nominales de “la ley”, de “el mensaje social”, se sustentan con la acción de “está instalado” y también, con la forma nominal de “las normas”, lo que nos acercó nuevamente, a la idea de que sí existe un discurso hegemónico en el terreno del fútbol.

Luego adhiere que hacía tiempo que no se consideraba, en el tipo de discurso que señala, “el contenido”, “la calidad de los recursos”, en virtud de prevalecer “la inmediatez”, “la urgencia” de los buenos resultados.

3.4.3. Conferencia de prensa de Selección argentina, Atenas, Grecia

(2004)

El 28 de agosto de 2004, el fútbol argentino “terminó con un maleficio de 52 años sin medallas doradas en los Juegos Olímpicos”. En la exposición de aquel día ante los periodistas, posterior a la victoria en la final contra Paraguay, “Marcelo Bielsa se expresó con su legendaria medida, desaconsejando la euforia en la victoria, tanto como la depresión en la derrota” (Iucht, R. 2011:315).

Culminó su conferencia de prensa dedicándole el triunfo al plantel olímpico, a la gente que se sentía feliz por lo que el fútbol era capaz de brindar y también, a los siguientes:

“Quiero recordar a los jugadores del Mundial de 2002 que siento una gran sensación de injusticia por el trato que recibió aquel equipo. Fue un gran conjunto, que obtuvo menos de lo que mereció. Sé que es difícil, pero ojalá que ellos sientan que este buen momento también les pertenece. En lo personal, si me preguntan por el futuro, el éxito no inmuniza, porque la secuencia de la competencia dejar rápidamente atrás lo que sucede y se enfoca en lo que viene, pero claro que tampoco se puede negar su repercusión” (Iucht: 2011, 315).

Se puede observar que Marcelo Bielsa trae a colación la forma nominal de “la injusticia”, siendo vinculada con las de “el merecimiento” y “el –mal- trato”. Sostiene que aquel trato fue consecuencia de los malos resultados, que no fueron los merecidos. Si bien cuando explica que el éxito no inmunizaba aludiendo a su futuro, se tomó un momento en aquella conferencia, en medio de la algarabía de la obtención de aquella medalla y cedió una cuota de pertenencia de aquel triunfo, a quienes fueron parte de “el camino recorrido”, dos años atrás.

3.4.4. Disertación en Congreso Percade, Santiago, Chile (2009)

Dos años después de su asunción en el seleccionado de Chile, Bielsa disertó en el “XXI Congreso Percade. La Araucana”, en el año 2009. El mismo es uno de los principales foros de reflexión del país, en el que participan empresas, organizaciones sindicales, pensadores, personalidades políticas, académicas y gubernamentales⁷⁹. En aquella oportunidad, el simposio se desarrolló en el hotel Hyatt de Santiago de Chile (Senosiain: 2014) ante mil espectadores y su lema fue “¿Somos o Parecemos? Chile: La verdad que llevamos dentro”⁸⁰. Su fin fue el de reunir a empresarios y líderes de la sociedad para pensar en conjunto el futuro del país.

La conferencia de llevada a cabo por el interlocutor se tituló: “Conducción. Normas y Principios”⁸¹, y logró encandilar la pantalla de la CNN en Español, quien emitió algunos de sus fragmentos en directo y posibilitó a la plataforma de *Youtube* a compartir parte de lo más importante de aquella jornada.

Posiblemente, una frase que habría seducido al pueblo chileno para invitar a Bielsa a aquel gran evento fue cuando en su llegada al país aventuró que no sería lúcido ubicar a Chile dentro de las potencias, pero que lo lindo que tenía el fútbol era poder revertir los órdenes (Iucht: 2011).

“Soy un especialista en fracasos y sé que las adhesiones se pierden cuando se acaba el éxito. Entonces uno dice: ‘no deberíamos difundir lo

⁷⁹ Percade. (S.f) En *Wikipedia*. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/Axq2h2>

⁸⁰ *La Tercera*. La Araucana realizará el XXII Congreso Percade. Chile. (Agosto, 2010) Recuperado el 19 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>

⁸¹ Idem

circunstancialmente exitoso si el objetivo es transmitir valores’. Los valores son mucho más importantes que la figura que se utiliza para ofrecer a la sociedad. Esa idea para mí es central’’⁸².

Aquí retomamos la dicotomía entre las formas nominales de “el éxito” y de “el fracaso”. Claramente expresó que no se debe difundir “lo exitoso” y que lo que verdaderamente importa son “los valores” que el fútbol es capaz de transmitirle a la sociedad, por lo que nos vimos aptos a oponer “los valores” a la noción común de “el éxito”. Continuaba:

“La relación éxito y fracaso es una cuestión que para mí ha sido central en mi vida. He pensado mucho sobre lo que significa triunfar y lo que significa fracasar. Como primera medida yo creo que éxito y felicidad no funcionan como sinónimos. Hay gente exitosa que no es feliz y hay gente feliz que no necesita ser exitosa para serlo y la obligación que tiene todo ser humano es rentabilizar sus opciones para ser feliz. Entonces nosotros deberíamos aclararle a la mayoría que el éxito es una excepción, no es un continuo. Los seres humanos de vez en cuando triunfan pero habitualmente desarrollan, combaten, se esfuerzan y ganan de vez en cuando, muy de vez en cuando. Yo tenía un amigo en México que un día me habló del heroísmo del obrero, sin ningún afán político ni sectorial. Me dijo: ‘Éste sí que es fuerte, que se levanta cuando los hijos duermen y regresa cuando los hijos duermen’. La producción se mide en función de las posibilidades, no exclusivamente en función de los logros. Tiene que haber una relación entre lo que una persona posee antes de empezar y adonde llega, pero nosotros estamos acostumbrados sólo a valorar aquel que llega más arriba. Hay como una complicidad muy grande’’⁸³.

En primer lugar, reafirma la idea en la cual la relación de “el éxito” y “el fracaso” constituyen una parte considerable en su vida—y en sus discursos—. Luego opone la forma nominal de “el éxito” con la de “la felicidad”, explicando que la primera no es una condición propia del ser humano, sino que lo inherente es “el desarrollo”, “el combate”, similar a lo que anteriormente llamamos “el recorrido”, “el tránsito”.

⁸²[Video no disponible actualmente]. Visto el 10 de mayo de 2015 en: <https://goo.gl/cyxA6y>

⁸³Idem

Prosiguió con su disertación recurriendo a un ejemplo a modo de cita textual, comparando “la producción” de los futbolistas con “la producción” de un obrero: todos recorren un camino y es eso lo que se debe valorar; no hasta adónde se llega, cuán exitoso se es, sino cómo esa persona consiguió lo que consiguió, a partir de “las posibilidades” que poseía.

Dio cierre a su discurso afirmando: “Nosotros estamos acostumbrados sólo a valorar aquel que llega más arriba. Hay como una complicidad muy grande”, lo que nos dio a entender nuevamente, que él considera que existe una hegemonía de la concepción del fútbol en la que, humildemente, se incluye. A pesar de su acto de humildad podemos, por el momento, determinar que el interlocutor en cuestión, es un *contradestinatario* de aquel discurso del fútbol general, cuestión que hemos desarrollado al final de nuestro trabajo investigativo.

3.4.5. Disertación en Universidad Austral, Valdivia, Chile (2009)

El 6 de noviembre del mismo año, Marcelo Bielsa dictó una nueva conferencia al sur de Chile, en Valdivia, con alrededor de 500 espectadores. La misma fue titulada como “La Innovación y el Liderazgo en el Proceso de Desarrollo del Fútbol Chileno”. Aquel encuentro fue organizado por la Universidad Austral de Chile y el Club de Deportes Valdivia⁸⁴.

Entre el medio millar de personas se encontraban académicos, dirigentes deportivos, deportistas, funcionarios y estudiantes de aquella universidad, estudiantes de los colegios y miembros de la comunidad valdiviana⁸⁵.

“Como todos ustedes, como todos, pierdo mucho más de lo que gano. Entonces esa identificación del ganador de turno con los valores es una gran trampa porque se venden valores a través de alguien que acaba de ganar. Entonces el que escucha está tironeado por dos extremos: un

⁸⁴Gómez, José Luis. (Noviembre, 2009) Marcelo Bielsa Entregó Claves sobre Liderazgo y Trabajo en Equipo. *Noticias UACH*. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <https://goo.gl/qU1GS9>

⁸⁵Idem

extremo son los valores y el otro extremo es el triunfo. La confusión que genera es que el destinatario del mensaje cree que si aplica determinados valores va a tener éxito y eso no es cierto, ni es conveniente, ni es aconsejable. La vida de vez en cuando es construcción y de vez en cuando se logran los objetivos, pero lo interesante no es ser exitoso porque el éxito es una cosa que se consume instantáneamente, porque cada vez que se logra se desvanece y se pierde. Por lo cual, si uno deposita toda la atención al éxito eso duraría muy poco. La construcción, el desarrollo, la búsqueda es lo que consume el tiempo de todos nosotros. Sintéticamente yo creo que la productividad, la rentabilidad no tiene nada que ver con la estructura de los valores. Esa vinculación es injusta. Yo, si tuviera que opinar sobre una virtud, me referiría a adaptarse a la exigencia, no desmoronarse, no quebrarse, persistir a pesar de la adversidad, enfrentar las dificultades sin pervertirse, pudiendo seguir siendo siempre el mismo, estar dispuesto a poner en riesgo lo que poseo, aceptar el reto, el desafío, el cambio, el riesgo, tolerar los picos de dolor, saber sufrir, volver a empezar aún cuando la interrupción se produce cerca del final, saber recomenzar cuando estamos ahí cerquita y creímos que llegábamos, recobrar el estado original sin perder salud en la búsqueda de la efectividad”⁸⁶.

En primer lugar el entrenador subraya las formas nominales de “los valores” y “el triunfo”, explicando que ambas son los dos extremos de una misma idea, es decir, las contrapone afirmando que no tienen características similares, que “el triunfo” o “el éxito” no implican de ninguna manera la existencia de “los valores”.

Por otra parte, retoma el juicio de la “fugacidad” de “el éxito” y enfatiza nuevamente en que la vida pasa por –las formas nominales de- “la construcción”, “el desarrollo”, “la búsqueda”, las cuales hemos evaluado que aluden a la misma noción que “el recorrido”, “el camino”, “el combate”, reiteradas anteriormente. Luego emparenta “el triunfo” con “la productividad” y “la rentabilidad”, las cuales desafían a las formas nominales mencionadas en la oración anterior.

⁸⁶[Video no disponible actualmente]. Visto el 12 de mayo en 2015 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>

Da cierre a este discurso dando a entender que consideravirtuoso no pervertirse ante la ciega exigencia de “el triunfo”, es decir, invita a “recobrar el estado original sin perder salud en la búsqueda de la efectividad”.

3.4.6. Conferencia de prensa en Club Atlético Newell's Old Boys, Rosario, Argentina (2009)

Luego de la obtención de la clasificación de Chile al Mundial 2010, un periodista le preguntó al técnico si podía esperarse una reacción como aquella del primer festejo en el que se mostró eufórico, en el cual desplegaba a los gritos “¡Newell's Carajo!”. La respuesta de Bielsa en aquella conferencia de prensa fue: “Tengo la antipática obligación de ser sincero. Difícilmente quiera a alguna otra camiseta más que a la de Newell's”⁸⁷.

Después de seis segundos de silencio en el recinto, llegó a interrumpir las primeras palabras del próximo periodista y agregó: “Difícilmente no, seguramente”⁸⁸.

Ante aquella manifestación de cariño al club de sus orígenes, tanto de jugador como de entrenador profesional y entendiendo que Bielsa era un ícono para aquella institución, la dirigencia de Newell's decidió bautizar al estadio con su nombre. El “Coloso del Parque”, nombre del estadio perteneciente al Club Atlético Newell's Old Boys, se llamaría oficialmente “Marcelo Alberto Bielsa” (Iucht: 2011).

Un 22 de diciembre del año 2009, fue entonces cuando Marcelo se transformó en un “mito viviente” (Iucht: 2011, 349) en su ciudad natal. Brindó una rueda de prensa en el estadio cubierto del club, a modo de reconocimiento. Allí estaba acompañado por el presidente del club, Guillermo Llorente y por Gerardo Martino, con cuyo nombre se designaría a una de las históricas tribunas (Iucht: 2011).

Aquella noche incluyó pantallas gigantes, a través de las cuales la conferencia era transmitida a los 20 mil hinchas presentes, grupos musicales con canciones dedicadas al protagonista y su saludo en el campo de juego, a modo de *vuelta olímpica*.

⁸⁷[Elrojinegrovideos]. (2009, Diciembre. 22). “Amor a la camiseta” [Archivo de video] Recuperado el 5 de mayo de 2015 de <https://goo.gl/pHE6Tw>

⁸⁸Idem

En dicha conferencia, Bielsa expresó:

“La sensación es hermosa, un sentimiento de gratitud y un momento que no voy a olvidar nunca. La dimensión del reconocimiento excede la posibilidad de retribución. Es demasiado importante para el que lo recibe. Uno no imagina el modo en el que puede devolver lo que se le ofrece (...) Recuerdo a Newell’s por sus éxitos, sus logros, pero sobre todo por su prestigio, era una medida a la hora de distinguir lo que estaba bien de lo que estaba mal. El deseo es que vuelva a ser una referencia que marque el camino, veo un club sano y me gustaría que su salud, como es un actor social, se extienda al fútbol mismo y a los ámbitos del país que tiendan a reflejarse en los mensajes de las instituciones (...) No sé cómo expresarlo sin que suene vanidoso, pero cuando los pedidos se hacen de a muchos y se originan en los afectos es muy difícil razonar. Es desmedido ser reconocido de este modo. No es del todo justo, pero el gesto es de afecto y a esas cosas uno no se resiste, se somete con felicidad” (Iucht: 2011, 349).

En esta oportunidad ubica nuevamente en primer plano a los ya mencionados “valores”, los cuales segrega en las formas nominales de “la gratitud”, “el reconocimiento”, “el prestigio”; por sobre las de “el éxito”, “la vanidad”—lo que no quiso reflejar en su discurso- “el afecto” y “la felicidad”.

Por otro lado, podemos ver que hacehincapié en lo que hemos llamado “el recorrido”, entre otras formas semánticamente similares, en el momento en que desea que el club sea una “referencia”, un ejemplo para cualquier ámbito del país que se refleje en sus instituciones. Es decir, que considera al deporte, en este caso a la institución futbolística, como un vehículo capaz de transmitir “lo sano” o “la buena salud”, en definitiva, “los valores”.

Por último, se sirve de la idea de “lo desmedido”, de lo “no del todo justo”, tras catalogar que dicho homenaje “excedía la posibilidad de retribución”, por parte de él. Esas expresiones aluden, una vez más, a la idea de “injusticia” por la que Marcelo Bielsa tiende a abogar, aunque aquel caso haya sido una “bonita injusticia”, mediada por ese sentimiento de gratitud y felicidad.

3.4.7. Disertación en Club Náutico “El Quillá”, Santa Fe, Argentina (2011)

El próximo discurso que analizaremos está enmarcado de la gira que Marcelo Bielsa realizó en diversas localidades de la región santafesina, con el objetivo de brindar charlas de liderazgo y conducción. Un 13 de mayo de 2011, fue el turno del club náutico “El Quillá” en la capital de la provincia, cuya concurrencia fue masiva, a pesar de las condiciones climáticas⁸⁹.

En aquella oportunidad se mostró públicamente con sus hermanos Rafael y María Eugenia, quienes integraban la lista “Encuentro Santafesino”, de cara a las siguientes elecciones internas del cercano 22 de mayo. El evento realizado en el club de la capital santafesina fue interpretado, en parte, como un gesto de apoyo para aquel sector del Partido Justicialista. De todas maneras, según fuentes del diario Clarín, Marcelo habría convenido con su hermano que éste sería su único aporte en la campaña y que no habría *spots* televisivos ni publicidad conjunta⁹⁰.

Además del lazo familiar que mantenía unidos a los hermanos Bielsa, otra posible razón de aquel vínculo en plena campaña, podría haber sido que, que en caso de que Rafael asumiese la gobernación, le daría “muchísima significación al deporte provincial, especialmente para la juventud”⁹¹.

Entre tantas otras ideas, el entrenador reflexionaba:

“El otro día me tocó ver el partido del Barcelona y el Real Madrid. El Barcelona jugaba hacia atrás la pelota, recorría el ancho de la cancha y el público aplaudía. Siempre el público fue intolerante con el regreso de la pelota y la circulación transversal. Para mí, el gran logro del Barcelona, más allá de haber logrado jugar como juega, es haber logrado que su público y casi diría que el público universal, reconozca su estilo y le tenga

⁸⁹Sales, Salvador. (Mayo 2011)El “Loco” Bielsa, un refuerzo de campaña para su hermano. *Clarín*. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <https://goo.gl/UQBGL4>

⁹⁰Idem

⁹¹Idem

tolerancia y paciencia. Comprender una forma de jugar. Eso es indispensable en cualquier proyecto: de qué modo vamos a hacer las cosas. No es lo mismo. Pertenece a una época y a una sociedad en la que se bendice todo lo que sea triunfo, y todo lo que no sea triunfo, no se perdona. Pero el modo de hacer las cosas, para mí, es más importante que lo que uno obtenga. Es prioritario. Cuando el futbolista queda tan obligado a ganar como sea tarde o temprano se pervierte”⁹².

Comienza su alocución ejemplificando el modo de jugar del equipo Barcelona F.C. Luego hace hincapié en cómo el público de aquel partido de fútbol, el cual después traslada a un público *universal*, aprendió a valorar otras cosas más allá de “el triunfo”: a reconocer “el estilo” y tener “tolerancia”, catalogando ambas características como “indispensables” para cualquier proyecto. A nuestro entender, ellas son formas opuestas, según el significado que Bielsa les otorgó a las formas nominales relativas a “el éxito”.

En medio de este fragmento, se aprecia la siguiente evaluación: “Pertenece a una época y a una sociedad en la que se bendice todo lo que sea triunfo y todo lo que no sea triunfo, no se perdona”. Con ella, nos vemos posicionados nuevamente frente a la hipótesis del entrenador de que “Sí existe una línea hegemónica de pensamiento que predomina en el fútbol”, que es la de llevar como bandera el exitismo a costa de *todo*.

Resumía esta primer parte, explicado que lo más importante es analizar “el modo” en que se llevan a cabo las ideas, juicio casi idéntico al que refiere en varias oportunidades cuando mencionábamos “el recorrido”, “la búsqueda”, “el combate”, “el camino”, “la construcción”. Proseguía:

“Si yo tuviera un club y hubiera un entrenador, nunca me guiaría por los resultados que genera el entrenador con equipo; me guiaría por el método que utiliza para preparar al equipo. Si el método es bueno, antes o después los resultados van a ser con continuidad buenos. Y si el método no es bueno los resultados positivos que se puedan presentar no tienen peso, no tienen

⁹²[Elrojinegrovideos]. (2011, Mayo, 13) “ElRojinegro.com | Charla de Marcelo Alberto Bielsa. 13/5/11 - 1/3” [Archivo de video] Recuperado el 5 de mayo de 2015 de <https://goo.gl/tpz9QN>

*valor, no son genuinos, no son naturales. Y hay una frase que también a mí me llega mucho ‘Si el pillo supiera lo conveniente que es ser honesto, el puro pillo se volvería honesto’. Es una gran verdad, ser honesto es conveniente ¿Es conveniente moralmente? No, es conveniente. Haciendo la cuenta final, ser decente es conveniente”*⁹³.

En este fragmento, nuevamente, la idea predominante es la de la importancia de “el método”, la cual le gana la pulseada a la de “los resultados”. Observamos cómo vincula la forma nominal de “el método” con la de “los valores”, “la genuinidad” y “la naturalidad”. Para sustentar, una vez más recurre a un ejemplo, en este caso a una frase en la que reflexiona que ser “honesto” y “decente”, al fin y al cabo, termina siendo conveniente. Podríamos decir que además de asimilar a “el método” con “los valores”, “la genuinidad” y “la naturalidad”, lo hace con “la honestidad” y “la decencia”.

*“Algunas cosas que a mí me sirvieron para conducir fueron la religión, especialmente la católica, que tiene cuatro ejes antagónicos: ‘culpa’ y ‘castigo’, pero a su vez tiene también ‘amor’ y ‘perdón’, que son dos ejes de la religión menos visibles. Es decir, ‘el castigo’ está mucho más en la superficie que ‘el perdón’ y ‘la culpa’, mucho más en la superficie que ‘el amor’. Yo para dirigir empecé de otro modo, pero con el tiempo me di cuenta que, perdonar y querer al futbolista lo mejora. Esas son dos cosas que yo no tengo la más mínima duda. Si lo quiero y por quererlo lo perdono es mejor que si lo castigo y lo acuso. Cuando uno mira las escalas de las cosas que producen felicidad, querer y ser querido, son una de las cosas que más felicidad le producen a los seres humanos. Extrañamente los valores materiales están en el puesto 8,9. Obviamente no me refiero a aquel que no ha resuelto las necesidades básicas (...) Entonces, para conducir un grupo es fundamental lograr querer al que uno conduce y también lograr que haya cierto respeto, la palabra afecto y respeto acá funcionan casi como sinónimos”*⁹⁴.

⁹³ [Elrojinegrovideos]. (2011, Mayo 13) “ElRojinegro.com | Charla de Marcelo Alberto Bielsa. 13/5/11 - 2/3” [Archivo de video] Recuperado el 5 de mayo de 2015 <https://goo.gl/g8Hn5W>

⁹⁴ [Elrojinegrovideos]. (2011, Mayo 13) “ElRojinegro.com | Charla de Marcelo Alberto Bielsa. 13/5/11 - 2/3” [Archivo de video] Recuperado el 5 de mayo de 2015 <https://goo.gl/g8Hn5W>

En esta oportunidad Bielsa desarrolla los dos pares de “ejes antagónicos” que posee la religión católica: “culpa”- “castigo” y “amor”- “perdón”. La religión funciona aquí como una de las tantas gramáticas de producción de su discurso, de la cual el entrenador rescata estas cuatro formas nominales. Al respecto, sostiene que los dos primeros ejes están “más en la superficie” que los dos últimos, que son “menos visibles”. Con estas dos expresiones, nuevamente se puede apreciar que la sociedad está más *acostumbrada* a “la culpa” y a “el castigo” como primera instancia, lo que podemos relacionar con el nivel de “la productividad” que se exige en la vida cotidiana, como “la costumbre” de la sociedad.

Entendemos que recurre a dichas formas nominales porque justifica que las mismas le habían servido para conducir a sus equipos. En primer lugar emplea las de “la culpa” y “el castigo”, pero con el tiempo fue aprendiendo que las segundas, “el amor” y “el perdón”, mejoran al futbolista “sin la más mínima duda”.

Culmina estos párrafos sustentando la importancia de “el amor”, afirmando: “Querer y ser querido, son una de las cosas que más felicidad le producen a los seres humanos”. Por segunda vez, explicó acerca de la sinonimia de palabras, enseñando al público que “el afecto” y “el respeto” “funcionan, justamente, “casi como sinónimos”.

3.4.8. Conferencia de prensa en Athletic Club, Bilbao, España (2013)

Un 30 de mayo del año 2013, en plena dirigencia del Athletic de Bilbao en España, Marcelo Bielsa brindó una conferencia de prensa de 1 hora y 13 minutos, previa al comienzo del próximo torneo.

Tal como hemos detallado en el inicio de este capítulo, el equipo en su primera temporada en 2011 había tenido un excelente rendimiento, a pesar de no haber obtenido ningún título. Modificó radicalmente su estilo de juego, logrando disputar los primeros puestos en la Champions League europea, la Europa League y la Copa del Rey española⁹⁵.

⁹⁵Marcelo Bielsa (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/AzqDds>

A mediados del 2012, a pesar de su renovación en el club, los resultados no acompañaron en absoluto al equipo de Marcelo Bielsa, por lo que en 2013 los directivos del Athletic decidieron no darle una tercera oportunidad contractual. Una semana antes de esta decisión un periodista se atrevió a preguntar en el inicio de una conferencia de prensa:

- *PERIODISTA: “Marcelo en alguna ocasión comentó que quería dejar una herencia, un legado en el Athletic, ¿A qué se refería en ese momento?”*⁹⁶

- *MARCELO BIELSA: “(...) Le reitero, la única manera que tengo de contestar eso es evaluar lo hecho, porque de la evaluación de lo hecho se concluye qué es lo que permanece. Ese tipo de preguntas son preguntas que exigen mucho desarrollo. ¿Concretamente me hace esa pregunta? Porque el señor me hizo una pregunta del mismo estilo pero no precisando si lo que aspira es que yo me manifieste sobre la evaluación del trabajo que hice”.*

- *PERIODISTA: “Sobre esa línea...”*

-*MARCELO BIELSA: “Mire... eso abarca muchos tópicos ¿No? Trataré de ser sintético aunque eso no es posible con una pregunta tan amplia...Lo primero que debo decir es que las evaluaciones no deben hacerse en función de lo que se obtiene, sino en función de lo que se merece. Cuando se hace la evaluación exclusivamente en función de lo que se obtiene y lo que se obtiene no es merecido, se corre un grave riesgo de interpretar lo que se está evaluando. No sé si he sido claro con eso. Normalmente, imagínese que en el mundo actual decir ‘mire no hay que evaluar lo que se obtiene sino lo que se merece’, suena absurdo. Pero yo me acuerdo una cosa que siempre pasaba: cuando era chico y vivía en un barrio y la gran novedad o el gran logro era tener un auto y cuanto más lujoso fuera el auto, más reconocimiento había para la familia que lo había conseguido, pero también había una distinción. Para los que habitábamos el barrio el reconocimiento a la familia era en función de qué había hecho para*

⁹⁶[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

conseguir ese auto. Había familias que trabajaban los padres y los hijos y se compraban oncea y había familias que se habían ganado la lotería y se compraban un Mercedes Benz. Nosotros valorábamos al que había trabajado mucho y se había comprado el Seat. Le doy ese ejemplo porque a partir de ahí aprendí que no se evalúa lo conseguido, sino lo merecido”⁹⁷.

En primera instancia, introduce su segunda respuesta de la conferencia, afirmando que considera que las evaluaciones –hacia los equipos y los jugadores- debían hacerse en función de lo merecido no, exclusivamente, en función de lo obtenido, ya que se correría “un grave riesgo”, en caso de que la evaluación se hiciese en función de esta segunda idea dilucidada. Damos cuenta que aquí, opone nuevamente la forma nominal de “el merecimiento” con la de “la rentabilidad” o la “la productividad”.

Concluye aquella idea explicando que sería “absurdo” proponer que no hay que evaluar lo que se obtiene, sino lo que se merece y es precisamente esta “absurdidad” lo que implicó, nuevamente, que su discurso es opuesto al sentido común que se tiene sobre la concepción general del fútbol.

Continúa brindando un ejemplo concreto que vivió en su infancia respecto de “el merecimiento” o no de poseer un bien material, como por ejemplo, un auto de alta gama. Explicaba que en su barrio aprendió la idea de valorar lo que se merece y no sólo lo que se consigue. Asimilamos entonces, que el discurso que predominaba en su vecindad, forma parte de las gramáticas de producción del suyo.

“Primero hay que ver si el medio está de acuerdo con que se evalúe lo merecido y no lo conseguido. La respuesta es: ‘No’. Le voy a poner un ejemplo, mire: yo cada vez que evalúo yo partido que juega el Athletic, lo evalúo yo, lo evalúan ustedes -periodistas-, componentes del cuerpo técnico y siempre lo someto a evaluaciones profundas de gente que no tiene que ver con el club ni con el equipo, pero a la que yo le respeto mucho la opinión, de modo tal que yo no tenga equivocación respecto de las conclusiones que saco de cómo ha jugado el equipo. Por supuesto, que leo lo que hablan

⁹⁷[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

especialistas, los medios de comunicación, porque también en ese apartado encuentro aportes para confirmar lo que yo pienso o para lo contrario. Yo le voy a leer los calificativos que mereció la última actuación del Athletic contra el Levante: 'fútbol paupérrimo', 'penoso', 'lamentable', 'frío', 'gris', 'flojo', 'falto de ideas', 'impotente', 'con equivocaciones en las decisiones que se toma', 'falto de inspiración' e 'impreciso'. De todas las calificaciones que menciono sólo hay dos con las que coincido: 'falto de inspiración' e 'impreciso' (...)"⁹⁸.

Aquí el entrenador vuelve a destacar que el medio no está de acuerdo con que se evalúe “lo merecido” y no “lo obtenido”, dando a entender que su discurso vuelve a resonar en medio de lo comúnmente aceptado. Recurre nuevamente de la ejemplificación, en aquel caso acerca de su tarea de evaluación, explicando que se suele servir de discursos ajenos al suyo para verificar cuán cierto él está respecto de sus afirmaciones. Sintetiza que, de los once calificativos que predominaron en aquella actuación de su equipo, fueron sólo dos los que coincidían con su pensamiento.

“Entonces imagínese que si merece ganar justamente, que ataca todo el partido, que pierde la pelota cerca del arco rival, que llega, que usa todas las variantes ¿Consiguió? No, no consiguió. ¿Mereció? Sí, sí mereció ¿Qué tal la calidad de los recursos que utilizó? Noble. Entonces claro, si eso es 'paupérrimo', 'penoso', 'lamentable', 'frío', 'gris', 'flojo', 'falto de ideas', 'impotente', obviamente, los criterios que yo tengo de evaluación, no son los mismos que los que imperan (...)"⁹⁹

Observamos que el entrenador persistía con la idea de que las evaluaciones deben pasar por “el merecimiento”, por “la nobleza” –o no- de los recursos utilizados, lo que en párrafos previos también lo hemos llamado “el recorrido”, “la búsqueda”, “el combate”, “el camino”, “la construcción”.

Estamos en presencia, una vez más, de fragmentos del discurso de Marcelo Bielsa en los que él mismo destaca que su pensamiento excede a “los criterios que imperan”, es decir,

⁹⁸[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

⁹⁹Idem

que superan aquella concepción común predominante que existe sobre el fútbol, la línea hegemónica a la que nos hemos referido en reiteradas oportunidades.

“Yo analizo y digo, ‘Bueno, cómo hago para evaluar por qué no obtuvimos lo que antes de empezar la competencia se esperaba del equipo’. Entonces yo le digo: ‘Mire, hay una relación entre los puntos que usted ganó sin merecer y los puntos que merecían haber ganado y no obtuvo’ ¿Me sigue lo que le quiero decir? Ese porcentaje es, en la segunda rueda merecimos ganar 14 puntos que no ganamos y perder 7 que sí ganamos, en la primera rueda merecimos ganar 10 puntos que no ganamos y nos deberían descontar 6, entre comillas, si hubiera una tabla de triunfos morales hipotética, que sí obtuvimos”¹⁰⁰

Aquí el entrenador trae a colación la forma nominal de “la moralidad”, aludiendo a una “tabla –numérica- de triunfos morales”, relativa a “el merecimiento” al que refería anteriormente.

“Ahora si no se evalúan los merecimientos, ¿Cómo se evalúa? Ahora yo le hago la pregunta a usted. Si no se evalúan los merecimientos no hay nada más que hablar, porque los números hablan por sí mismos”¹⁰¹

A modo de resignación, reflexiona que los números reflejaron directamente la evaluación de “la rentabilidad”, “la productividad” y no la de “el merecimiento”.

La respuesta a esta segunda pregunta en la conferencia de prensa se extendió por veinte minutos, por lo que Bielsa en el minuto 13.30 de la conferencia interrumpió su propia idea:

“¿Lo estoy aburriendo? ¿No? Bueno. ¿Usted cree que al resto sí? (risas) Bueno, yo le confirmo que sí. Le confirmo que sí. Pero bueno, yo por eso, vio, que hice todas las salvedades posibles para evitarla a la pregunta. Es

¹⁰⁰[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

¹⁰¹Idem

más, puedo interrumpirla ahora y pasamos a otra. Como ustedes quieran”¹⁰².

Luego de una hora y cinco minutos del comienzo de la presentación de Bielsa ante la prensa, otro periodista sugirió:

- PERIODISTA 2: “No sé si será exagerado lo que voy a decir... ¿Le parece injusto la forma de medir los méritos en el fútbol hoy en día? Vamos a poner un ejemplo: Hay un equipo que construye, que elabora, que llega pero no remata, que domina...”

-MARCELO BIELSA (interrumpió): “¡No, no pero no ponga el ejemplo de lo que estamos hablando! ¡Está describiendo al propio!”

-PERIODISTA 2: “Para simplificar... ¿Le parece que tiene menos mérito un equipo que se defiende durante 89 minutos, marca en el N° 90 y gana, que otro que lo ha intentado todo el partido para ganar?”

-MARCELO BIELSA: “Mire, ¿Usted vio que el mundo del fútbol se parece menos al aficionado y cada vez más se parece al empresario? ¿Me entiende? Yo todo lo que digo, la mayoría de las cosas que digo, no me pertenecen, las leí en algún lado y las describo. Parecen propias pero no lo son, son todas copiadas. Pero acá, como recuerdo a quien se la copié, les voy a decir. Beenhakker dijo: ‘Los empresarios que se adueñan del fútbol creen que los aficionados son asimilables a los 30.000 operarios que tienen trabajando.’ Un aficionado no es un operario. Un operario trabaja, un aficionado siente. No se debe tratar a un aficionado con los códigos de un operario. Pero como el mundo del fútbol, como el resto del mundo, es de los empresarios, los empresarios nos tratan sólo en función de la productividad que somos capaces, es proporcional. Es decir, el gerente le dice al capataz que éste tiene que tornear X cantidad de piezas pero se le murió la mama ayer, ‘Eso fue ayer y hoy tiene que tornear X cantidad’. Quiere decir, no

¹⁰²[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

*importan las justificaciones, importa la cantidad de piezas. En el fútbol impera la misma lógica. Pero es una lógica muy peligrosa, porque mire, si usted no premia un proceso que obtuvo menos de lo que consiguió no hay mucho riesgo, pero si premia un proceso que lo que consiguió lo hizo de manera inmerecida, sí hay mucho riesgo ¿Me entiende la diferencia? ¿Qué hace el mundo contemporáneo? No importa ¿Vos tenés un Mercedes Benz? Vos estás arriba (...)*¹⁰³

Se puede apreciar nuevamente cómo el enunciador el recurso de la ejemplificación, comparando el mundo de un aficionado con el mundo de un operario, en consecuencia, con el mundo empresario. Inaugura al respecto, dos formas nominales: “el mundo -de los aficionados-” y “el mundo -de los empresarios-”.

Pareciera que el entrenador fuese consciente de que todo discurso se determina por sus condiciones de producción ya que en algunas oportunidades, tal como la que acabamos de citar, aclara que todo lo que dice lo leyó en algún lado. En este caso, recurrió al discurso de Beenhakker, un ex jugador, entrenador y directivo de fútbol neerlandés, cuya trayectoria es tildada como *exitosa*¹⁰⁴. Mediante aquella ejemplificación Bielsa explica que no se debe tomar como sinónimos los códigos que tiene un operario con los que tiene un aficionado, pero que el fútbol sí lo hace, ya que pertenece a los empresarios: “Nos tratan sólo en función de la productividad que somos capaces”.

Luego de otro ejemplo, aún más gráfico, deja entrever nuevamente esta oposición entre las formas nominales de “la rentabilidad”, “la cantidad”, “la productividad” y las de “el proceso”, “el camino”, “el recorrido”, etc.

“En el fútbol impera la misma lógica –misma a la de las empresas–”, afirmó el director técnico. Aquel verbo *impera*, sugiere, una vez más, la existencia del eje discursivo predominante. Así culminaba su idea:

“Entonces para mí el mensaje debería ser: ‘Premiemos lo que se obtiene merecidamente y con recursos lícitos’ (...) Por eso yo digo ‘Mire no se preocupe si no se premia un proceso que obtuvo menos de lo que merecía,

¹⁰³[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

¹⁰⁴Leo Beenhakker. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 28 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/zZweGZ>

eso no debería generarnos preocupación. La injusticia es muy común. Pero cuando se premia algo como bueno que no es bueno, que es casual, eso sí es muy dañino para todos, porque enseña a todos los que observan que un atajo te lleva al objetivo y un atajo normalmente no te lleva al objetivo. Yo siempre les digo a los jugadores: 'El ángulo de 90 grados'. 'El que cruza el jardín', lo decía Menotti, 'evitando el ángulo de 90 grados, pisa la flor y llega más rápido. El que recorre el ángulo de 90 grados tarda más pero no daña las flores.' ¿Me entiende? Obviamente yo ya sé que esto es filosofía barata dicha por un argentino que tiene la oportunidad de expresarse ¿Me entiende? Pero yo creo en este tipo de cosas, yo creo en que hay que valorar lo merecido y que hay que soslayar, o al menos no endiosar, aquello que no se obtuvo merecidamente".¹⁰⁵

Insiste aquí también que el fútbol debe llevar como bandera el discurso de la premiación de “el merecimiento”, desencadenado por “lo lícito” de sus recursos utilizados; pero, por otro lado, aceptaba que la injusticia es “muy común”, es decir, que no se tiende a valorar lo merecido, si no es en virtud de “el resultado”.

Otra gramática de producción que Bielsa pone en primer plano es la palabra de César Luis Menotti, ex jugador y entrenador de fútbol argentino¹⁰⁶, quien guió a la selección de su país a ganar por primera vez la Copa Mundial de Fútbol de 1978. Reitera que se debe valorar “el merecimiento” y no “endiosar” el resultado, por el resultado mismo. El verbo “endiosar” también nos sugirió una acción en conjunto, que enaltece la concepción de “el resultado”.

3.4.9. Charla en Olympique de Marseille, Marsella, Francia (2014)

En medio de un entrenamiento del Olympique de Marsella, en diciembre de 2014, Marcelo Bielsa dedicó unas palabras a sus jugadores. Si bien aquella práctica fue a

¹⁰⁵[TVAthleticClub]. (2013, Mayo, 30) “Marcelo Bielsa (30/05/2013)” [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>

¹⁰⁶César Luis Menotti. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de <https://goo.gl/HKs28s>

puertas cerradas, tal como “El Loco” acostumbraba, la escena luego trascendió gracias a la presencia de una cámara propia de las instalaciones del club francés¹⁰⁷.

Los jugadores hicieron una ronda alrededor del entrenador y escucharon con sorpresa sus reflexiones, dedicadas especialmente a Benjamin Mendy, una joven promesa de 20 años de edad –en aquel año-. Cabe destacar, que actualmente en 2017, el club Manchester City desembolsó 58 millones de euros por la compra del futbolista, quien se convirtió así en el defensor más caro de la historia¹⁰⁸. Bielsa lo predijo:

“Mendy sabe que va a ser un gran jugador. Sabe que va a ser estrella. Lo que no sabe es lo que sí sabe Morel -otro experimentado defensor de 30 años-. Si Mendy incorpora eso va a ser uno de los mejores marcadores de punta del mundo. Pero no hay ninguna seguridad de que lo vaya a ser. Ninguna seguridad ¿Creen que les estoy haciendo una broma? Si querés ser uno de los mejores marcadores punta del mundo, hablá con -Jérémy- Morel y hablá con -Rod- Fanni-33 años-. No, te vos reís, pero yo sería el tipo más feliz del mundo si vos sos el mejor marcador de punta del mundo. Yo no soy un tarado que lo digo por demagogia. Yo sé lo que te digo. Hay una sola respuesta que todo lo que yo diga lo tira por el suelo. Porque ser el mejor te quita felicidad, te quita horas con tu mujer, te quita horas con tus amigos, te quita fiestas, te quita diversión. Ustedes tienen un problema muy grande. Muy, muy grande: tienen dinero pero no tienen tiempo para disfrutar del dinero que tienen o lo que el dinero te da en términos de felicidad. Eso yo ya lo sé porque lo he visto infinidad de veces. Ustedes quisieran comprar el tiempo. Pagarían por poder hacer eso, como pagaría cualquier persona. Entonces, el éxito te quita la posibilidad de ser feliz. También es una elección, pero que él-Benjamin Mendy-que tiene 20 años lo sepa, que lo elija. Si vos elegís que no querés ser el mejor del mundo, ¿Qué problema hay? No hay ningún problema. Hay que saberlo ”¹⁰⁹.

¹⁰⁷ La Nación. (Diciembre 2014) Fascinante charla motivadora de Marcelo Bielsa: El éxito te quita la posibilidad de ser feliz. Argentina Recuperado el 2 de marzo de 2016 de <https://goo.gl/Kv74CE>

¹⁰⁸ Infobae. (Julio 2017) El día que Marcelo Bielsa auguró que un futbolista se convertiría en superestrella.. Argentina. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de: <https://goo.gl/q3CmoV>

¹⁰⁹ OMTV Online [Periodicotodos.com]. (2014, Diciembre, 27) Bielsa: “Ser el mejor del mundo te quita felicidad”. [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/bwtXCP>

En este discurso Marcelo Bielsa intentaba que el más joven del grupo, que se estimaba que tendría un gran futuro, supiese de qué se trataba, en definitiva, formar parte del mundo del fútbol, en sus más altas exigencias. Involucró en aquella alocución, a otros dos futbolistas experimentados en el asunto, generando un diálogo entre su privilegiada audiencia.

En esta oportunidad, vuelve a insistir con las formas nominales de “el dinero” y de “el éxito”. Ambas son contrapuestas por el entrenador con las de “la felicidad” y “el disfrute”, apareciendo esta última de manera implícita, en el momento en que recurría a la ejemplificación de qué era lo que “el éxito” le “quitaba” a sus subordinados.

En este caso, el entrenador argentino daba a conocer a Benjamin Mendy, acerca de la mencionada relación de conceptos. Le explicaba que no es condición excluyente que un jugador de fútbol apueste a ser el mejor del mundo y lo invitaba a reflexionar acerca de lo que tener “el éxito” implica en la vida de un profesional.

3.4.10. Arenga en Olympique de Marseille, Marsella, Francia (2015)

En la liga de la temporada 2014/2015, el Olympique de Marsella que conducía Marcelo Bielsa estaba muy cerca de la cima, faltando diez fechas para su culminación.

El día 16 de marzo de 2015 su equipo, con 54 tantos, tenía la posibilidad de restarle puntos a su contrincante Lyon, quien lideraba la tabla de posiciones con 58. En aquella disputa fue anulado un gol marcado por el equipo de Bielsa, aparentemente con total injusticia, por lo que el equipo marsellés volvió a su ciudad sin puntos, habiendo igualado en cero. Un triunfo lo hubiera dejado a un punto de la cima y de esa forma, habría superado al segundo, que era el París Saint Germain¹¹⁰.

Mediante un teléfono celular que capturaba el momento a escondidas, tres semanas después, se filtró una arenga de Bielsa en el vestuario, luego de aquel partido, la cual motivaba a sus jugadores de la siguiente manera:

¹¹⁰ *La Nación*. (Abril 2015) “La arenga de Marcelo Bielsa después de una injusticia en el partido ante Lyon”. Argentina. Recuperado el 3 de marzo de 2016 de: <https://goo.gl/yfq8uT>

“Es difícil aceptar la injusticia, muchachos, pero escúchenme lo que los voy a decir: si ustedes juegan así como jugaron hoy, de aquí al final del campeonato van a tener el premio que merecen. Yo sé que nada los serena porque se mataron por el partido, lo merecieron y no lo consiguieron. Acepten la injusticia que todo se equilibra al final. Faltan nueve fechas ¿Son nueve? Si nosotros jugamos así las fechas que faltan, no tengan duda que van a tener la respuesta que merecen. Aunque les resulte imposible, no reclamen nada. Traguen veneno. Fortalézcanse que jugando así las nueve fechas que faltan van a obtener el premio que merecen. Los felicito muchachos, a todos”¹¹¹.

Se puede apreciar que este discurso gira en torno a la forma nominal de “el merecimiento”. En esta arenga Bielsa retoma el concepto de “la injusticia”, pero invita a sus jugadores a que continúen jugando las fechas que restaban, de aquella manera, “así como jugaron”, enfatizando en la forma, previamente denominada “la construcción”, “el método”, “la búsqueda”, “el combate”, “el proceso”, etc. En definitiva, a pesar del injusto empate, Bielsa los felicita.

3.4.11. Conferencia de prensa en Lille Olympique Sporting Club, Lille, Francia (2017)

El 21 de junio del corriente año Bielsa asumió su función como entrenador del equipo Lille de Francia. Previo a su debut oficial en la liga de aquel país, brindó una conferencia de prensa, explicando entre otras cosas, de qué se trataba su proyecto:

“Para mí este trabajo tiene un destinatario privilegiado, que es el aficionado, siempre trato de conocer el perfil humano del colectivo que recibe nuestra tarea (...) Si hay algo que para mí es un objetivo, es que el campo alguna vez esté completo, producto de la convocatoria que genere la belleza del producto que ofrezcamos. Mi lógica es que al espectador hay

¹¹¹OMTV Online [Iozin]. (2015, Abril, 7) Bielsa: "Acepten la injusticia, que todo se equilibra al final" [Archivo de video] Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/7OYSgQ>

que ofrecerle y no pedirle (...) Cuanta más calidez recibamos del público, mejores seremos. Pero eso hay que merecerlo, no pedirlo”¹¹².

En esta oportunidad, el director técnico explica a la prensa para quién estaba *dedicado* el proyecto que él iba a encabezar en su nuevo club: “El aficionado”. Podemos establecer que esta forma nominal, ya utilizada en discursos anteriores, refiere a “el perfil humano” que, entre otras cosas, posee el fútbol. Utiliza estos dos conceptos para determinar que su objetivo es que el público asista al estadio, a causa de “la belleza” que su producto es capaz de ofrecer y no que esto último sea una consecuencia de la asistencia de la gente. “La calidez del público”, razonaba, sería un aspecto que permitiría redoblar la apuesta de “la belleza” y así, sucesivamente.

3.5. Amar la trama, más que el desenlace

En resumen, a través del recorrido del análisis discursivo que hemos realizado, se observa con claridad que el discurso de Marcelo Bielsa se sitúa entre dos universos de ideas, las cuales ubicamos en las columnas N°1 y N°2. La causa de haber llevado a cabo esta división, fue que evaluamos una constante contraposición de estas dos nociones generales, por parte del interlocutor. A propósito, Senosiain (2014, 173) reflexiona: “Es notable como Marcelo Bielsa no ha variado el discurso a lo largo de los años”.

En el intersticio de ambos conjuntos, dilucidamos sus gramáticas de producción, cuyas formas nominales se encuentran agrupadas de acuerdo a la proximidad semántica que el interlocutor supo darle en sus discursos. Tal es así, que en la columna N° 1 presentamos las siguientes entidades y sus respectivos conjuntos:

- “El éxito”.
- “El mundo -de los empresarios-”, “el dinero”.
- “El aplauso”, “los elogios”, “la alegría”, “la adulación”, “la admiración”, “la fama”, “lo popular”.

¹¹² [La Pizarra de Bielsa] (2017, Agosto, 11) “Bielsa y la importancia del aficionado para el proyecto Lille” [Archivo de video] Recuperado el 13 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/DjfVa4>

- “El desprestigio”, “la ofensa”, “la derrota”, “la sangre”, “la tristeza”, “la culpa”, “el castigo”.
- “La victoria”, “el triunfo”, “la producción”, “la productividad”, “la rentabilidad”, “la efectividad”, “los resultados”, “lo obtenido”, “los bajos instintos”, “la urgencia”, “la inmediatez”.
- “La vanidad”.
- “La ley”, “el mensaje social”, “lo instalado”, “la costumbre”, “lo más o menos visible”.

En un primer acercamiento, entendemos que las formas nominales enmarcadas en la columna N°1, son en cierto modo, utilizadas con un sentido crítico por parte del interlocutor. La noción general predominante refiere a la manera en que es materializado el sentido, o si se quiere, las pretensiones que el fútbol institucionalizado posee de lo real.

Colocamos la forma nominal de “el éxito” en un conjunto aislado, porque evaluamos que es un concepto que el entrenador tiende a presentar de manera abarcativa, en relación a los posteriores.

En resumen, el objetivo primero enmarcado en el discurso futbolístico predominante, según Bielsa, es el de “la victoria”, “el triunfo”, “la producción”, “la productividad”, “la efectividad”, “los resultados”, “lo obtenido”, “la urgencia—de los resultados—”, “la inmediatez —de los resultados—”.

Todo esto: ¿A costa de qué? A costa de “la rentabilidad” y, en algunos casos, a partir de la estimulación de “los bajos instintos”. Lo que supone con el uso de la forma nominal de “la rentabilidad” es el incremento de “el dinero”, demanda propia de “el mundo —de los empresarios—”.

Por lo tanto, entendemos que el cumplimiento de este tipo de objetivos que atañen al fútbol, vade la mano con “el aplauso”, “los elogios”, “la alegría”, “la adulación”, “la admiración” y, en consecuencia, allí emergen los conceptos de “la fama” y “lo popular”. Un extremo que estudiamos que podría haber derivado de esta idea, es la forma nominal de “la vanidad”, asumida a causa de un “exceso” de fama.

Ahora bien, ¿Qué considera Bielsa que suele suceder si los objetivos de “el triunfo” fracasan? ¿Qué suele acontecer si se está en presencia de “la derrota”? Según el enunciador, el discurso predominante adquiere en aquel caso las formas nominales de “el desprestigio”, “la ofensa”, “la sangre”, “la tristeza”, “la culpa”, “el castigo”. Por dicha razón, recurrió en una oportunidad, a la entidad del imaginario de “la hipocresía”, respecto al significado de las del párrafo anterior.

El último conjunto que hemos agrupado en la columna N°1 está altamente relacionado con nuestra hipótesis, tal como hemos ya adelantado en nuestros análisis previos. Las formas nominales de “la ley”, “el mensaje social”, “lo instalado”, “la costumbre”, “lo más o menos visible”, ayudan a desentramar una parte crucial de esta “configuración espacio-temporal del sentido” que Bielsa llevó a cabo. Por su parte, el enunciador ratifica que sí existe una hegemonía discursiva.

En el segundo pilar se ubica el otro grupo de formas nominales que corresponden a la idea general N°2:

- “El recorrido”, “los recursos”, “el merecimiento”, “el porqué”, “las posibilidades”, “la construcción”, “el desarrollo”, “la búsqueda”, “el combate”, “el camino”, “el modo”, “el método”, “la manera”, “el proceso”.
- “Los valores”, “la honestidad”, “la decencia”, “la nobleza”, “la moralidad”, “la felicidad”, “el disfrute”, “la tolerancia”, “el amor”, “el perdón”, “el afecto”, “el respeto”, “lo lícito”, “lo prestigioso”, “la gratitud”, “lo sano”.
- “La genuinidad”, “la naturalidad”, “el estilo”, “la belleza”.
- “El fracaso”.
- “El amateurismo”.
- “El mundo –delos aficionados–”, “el perfil humano”, “el aficionado”, “la calidez del público”, “el reconocimiento”, “la retribución”.
- “La injusticia”, “lo desmedido”, “lo no del todo justo”.

A partir de una lectura de las formas nominales que componen esta columna, asimilamos que juegan un rol de *contraposición semántica* respecto de las primeras. Se

puede apreciar que el interlocutor erradica aquel objetivo enmarcado por el discurso futbolístico predominante y ubica en primer plano otros aspectos de este deporte.

En primer lugar, repara que el sentido común que se tiene de la forma nominal de “el fracaso” no debe ser el puntapié inicial para evaluar la actuación de un equipo, sino que la misma sirve para solidificar la actitud del deportista, acercándolo a sus convicciones originales, para poder aprender de tal experiencia.

Por otra parte, considera que la contracara de todo lo que el mundo del exitismo pregona radica en valorar la manera en que se intenta llegar al objetivo de la victoria, que como hemos reiterado anteriormente¹¹³, no dejó nunca de ser el propósito del entrenador. Para ello, recurrió a las entidades de “el recorrido”, “los recursos”, “el merecimiento”, “el porqué”, “las posibilidades”, “la construcción”, “el desarrollo”, “la búsqueda”, “el combate”, “el camino”, “el modo”, “el método”, “la manera”, “la calidad”, “el contenido”.

Un eje que se puede observar que enfatiza fuertemente su postura es el de la forma nominal de “los valores”. Evaluamos que la misma abarca los siguientes operadores de interpretación: “la honestidad”, “la decencia”, “la nobleza”, “la moralidad”, “la felicidad”, “la tolerancia”, “el amor”, “el perdón”, “el afecto”, “el respeto”, “lo lícito”, “lo prestigioso”, “la gratitud”, “lo sano”.

Otra noción que cumple un rol destacable en el discurso de Marcelo Bielsa, es la de “el amateurismo” en su experiencia como entrenador. Acompañar los primeros pasos de un deportista, algo no demasiado redituable, habla de su vocación, de respirar constantemente el fútbol, de su más sincero sentimiento” (Senosiain: 2014, 63), Vincula esta forma nominal a la concepción del disfrute, del amor genuino por la tarea, considerando en parte que las formas nominales de “la genuinidad” y “la naturalidad”, sustentan aquel espíritu amateur al cual aboga. Asociamos esta idea referida al modo del juego, con los conceptos de “el estilo” y “la belleza”.

Tal como bien se puede percibir, los discursos del interlocutor están, casi en su integridad, dotados de valor humanístico, lo que lo lleva a trazar una diferencia dentro

¹¹³Discurso en Sagrado Corazón. Punto 3.3.1.

de lo que considera que acentúa el discurso futbolístico predominante. Estas cuestiones refieren, a grandes rasgos, a los valores que puede desencadenar el fútbol, por más que el mismo constituya una práctica ya institucionalizada.

Uno de los aspectos relativo a los seres humanos que desarrolla, al cual le otorga una importancia casi central, es el de la figura de los hinchas. Al respecto podemos dilucidar las siguientes formas nominales: “el mundo – de los aficionados-”, “el perfil humano”, “el aficionado”, “la calidez -del público-”, “el reconocimiento”. Colocamos aquí esta última forma nominal y no en el conjunto de las precedentes de la columna N°1, tales como: “el aplauso”, “los elogios”, “la alegría”, “la adulación”, “la admiración”, “la fama”, “lo popular”; porque al ver la manera en que contextualiza la entidad de “el reconocimiento”, observamos que es utilizada el sentido opuesto que el de las recién mencionadas. Por otra parte y, en consecuencia, incluimos en la segunda columna, la forma nominal de “la retribución”. La utilización de la misma es una consecuencia de lo que es capaz de ofrecer “el perfil humano”.

Otro operador de interpretación que el entrenador destaca en sucesivas oportunidades es el de “la injusticia”. En líneas generales, se puede contemplar que el interlocutor evalúa que las apreciaciones que aboga el discurso predominante del fútbol son injustas. Por un lado, tiende a relatar su propia experiencia –la cual cataloga de injusta- de haber sido “maltratado” a causa de “los fracasos” que le tocó vivir en su carrera.

Luego se puede contemplar la consideración que tiene respecto de que en el fútbol actual existe una tendencia a relacionar “el triunfo” con “los valores”. Sostiene que la misma era una “vinculación injusta” y confusa, consecuente del discurso hegemónico, la cual postula que el destinatario del mensaje suele creer que si aplica determinados valores tendrá éxito. “Eso no es cierto, ni es conveniente, ni es aconsejable”, proclama. Un nuevo ejemplo de injusticia que no está vinculado directamente a “los resultados” es el de la nominación del estadio de Newell’s como “Marcelo Alberto Bielsa”. Allí también recurre a la idea de “la injusticia”, utilizando las formas de “lo desmedido” y “lo no del todo justo”.

Por último, expresa que muchas veces lo que suele mostrar el marcador no es “lo merecido” acorde a la voluntad del equipo, pero a su vez, propone aceptar aquella

injusticia, confiando en –la forma nominal de- “el merecimiento”: “Traguen veneno, que todo se equilibra al final”, fue la frase que recorrió el mundo.

En aquella oportunidad, acompañó la forma nominal de “la belleza” con la de “el merecimiento”, siendo éste un concepto que lo ubica primero en la cadena de causalidades y consecuencias. Es decir, implícitamente, observamos que Bielsa establece que “el merecimiento” es la causa de “la belleza” y ésta misma, la causa de la presencia de “el aficionado” en el estadio, el cual estima que es capaz de retroalimentar esta secuencia.

4. CAPÍTULO. Consideraciones finales

El *laboratorio disruptivo* prescribe sus propias fórmulas y demuestra con contundencia su capacidad de enfrentarse a las más firmes *tendencias hegemónicas* del fútbol, rechazando –paradójicamente– lo únicamente matemático, desterrando lo mensurable como parámetro indiscutido y refutando toda filosofía que enaltezca las banderas del *exitismo*.

Aquellas *tendencias* subsumidas en un entorno tan ferviente, desordenado y vertiginoso como es el del fútbol se ven alteradas por las recetas del *laboratorio disruptivo* que, a través de su minuciosa elaboración, llegan a penetrar en la masificadora audiencia que atraen estos parámetros hegemónicos.

El científico de este *laboratorio disruptivo* se llama Marcelo Alberto Bielsa y utiliza el uniforme del *contradestinatario*. Su *colectivo de identificación*, manifiesto a través de las *formas nominales*, hace de su relación con aquellas propensiones estandarizadas, una relación políticamente *controvertida*. Precisamente, en palabras de Verón (1987), se aprecia una *dimensión polémica* que acarrea la configuración espacio-temporal del sentido de los contrincantes de ambas *batallas*.

La *creencia presupuesta estereotipada* que lleva adelante el universo discursivo del fútbol moderno se estructura a partir de las nociones de “la victoria” y de “el fracaso”. Ambas son el puntapié de análisis de la actuación de cualquier equipo, constituyendo así, los criterios de evaluación de estos sucesos deportivos. Esta tendencia de considerar desenvolvimiento de los equipos sólo en virtud de los conceptos de la victoria y la derrota, implica que las formas nominales que lo estructuran, sean las relativas a lo estrictamente numérico, a lo matemático, a lo estadístico; estando exenta a una evaluación cualitativa y dejando de lado los conceptos que Marcelo Bielsa enaltece de manera constante y convincente.

Mediante un escrupuloso trabajo de materialización del sentido, formulado a través de una conjunción de gramáticas de producción, los juicios de valor constituyen el elemento esencial de estas fórmulas disruptivas.

En el momento en que el discurso predominante del fútbol moderno refiere a la figura de *las víctimas de los fracasos*, el contradestinatario Marcelo Bielsa ennoblece la figura del aficionado, del perfil humano, teniendo como meta revertir malos resultados en pos de retribuirles la felicidad que merecen. Mientras que de un lado *la culpa, el odio y la violencia* son los ejes de conducta, en la otra faceta lo es la puesta en primer plano de *los valores* para luego sí alcanzar los objetivos futbolísticos.

Tal como hemos transitado a lo largo de esta investigación en comunicación los empresarios son los que de manera implícita –aunque muchas otras de forma burdamente explícita-, exigen al máximo y sin piedad, *balances numéricos positivos* de la actuación de cualquier equipo de fútbol. La vida de las organizaciones con evidentes fines de lucro dependen, en gran medida, de la existencia de estos eventos deportivos: son las principales heroínas del destierro de la idea *de jugar porque sí*.

En resumen, podemos establecer que tanto el discurso del interlocutor en cuestión, como el del resto del fútbol, son discursos políticos que de por sí constituyen estrategias discursivas, las cuales cada una de ellas conforma una *creencia presupuesta* y, en consecuencia, derivan en la construcción de *prodestinatarios* y *contradestinatarios* de manera recíproca. En otras palabras, culminan en una contundente *lucha entre enunciadores*.

Nos sobran las razones para confirmar nuestra hipótesis inicial respecto de la existencia de la hegemonía discursiva del fútbol moderno y aseveramos también que el caso de Marcelo Alberto Bielsa constituye un *fenómeno inusual*, que bien entiende de derribar barreras y de posicionarse, gracias la herramienta del discurso, ante las adversidades que sin escrúpulos propone el fútbol moderno a la sociedad.

“Ética, ataque y belleza: es la Biblia de Bielsa.
Difícil de sostener en un fútbol con leyes de jungla
y dineros inflados por China, el petrodólar y WallStreet”¹¹⁴.

¹¹⁴Fernández Moores, Ezequiel. (Agosto 2017). El eterno retorno del Loco Bielsa. *The New York Times Es*. Recuperado el 3 de septiembre de 2017 de <https://goo.gl/w829SE>

5. CAPÍTULO. Referencias bibliográficas¹¹⁵

Teoría de los Discursos Sociales

- Verón, E. (1987). *La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política, en El Discurso Político: Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires, Argentina. Hachette.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España. Gedisa.
- Verón, E. y Sigal, S. (2014) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires, Argentina. Eudeba.

Fútbol moderno

Historia

Libros

- Galeano, E. (2014). *El fútbol a sol y sombra*. Buenos Aires, Argentina. Siglo XXI Editores Argentina.
- Murad, M. (1996). *Dos pés à cabeça: Elementos básicos de sociologia do futebol. Rio de Janeiro, Brasil*. Irradiação cultural.

Corpus discursivo

Páginas web

- Actis, Andrés. (Septiembre 2013). “En Rosario, también hubo mensajes a un mes del clásico”. *Clarín*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/QD5g9W>
- *La Nación*. (2002). “La eliminación del mundial hace caer la publicidad un 50%”. Argentina. Recuperado en octubre de 2017 de: <https://goo.gl/K8w5tm>
- *Taringa!* (2013) “Messi, a un Mundial de Maradona”. Argentina. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/rDVGpQ>
- *Urgente24*. (Marzo 2014). “Jugadores de Rosario Central amenazados por los barras”. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/EmSboK>

¹¹⁵ Las referencias bibliográficas han sido presentadas acorde al formato que sugieren las “Normas APA” <https://goo.gl/EP919Y>

- *Infonews*. (Abril 2016). “‘Clásico o balas’: las pintadas amenazantes de hinchas de Colón”. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/TbxK6a>
- *Velocidadmaxima.com*. (junio 2016). “Copa América Centenario. Chile Campeón”. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/uG4fgS>
- Bein Sports. (2015). “La comparación Messi – Maradona. Barcelona, España”. *WELOBA*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/pjcNzm>
- Claus, Hernán. (junio 2016). “¿Hasta cuándo aguanTata?” Argentina. *Olé*. Recuperado el 15 septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>
- (Dif. usuarios). (julio 2016). “#chaumartino”. Argentina. En *Twitter*. Recuperado el 9 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/bB6qZt>
- Giaccio, Manuel. (julio 2016). “Se fue el Tata: los números de Gerardo Martino en la Selección argentina. Argentina”. *GOAL*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/xLUr1i>
- Grup14. (S.f). “Messi Comparativa de Messi con Maradona, Pele, Cruyff. Argentina”. *Taringa* Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/kAurQf>

Youtube

- [Fabio Tokman]. (2014, junio, 25). “Historia de los Mundiales: Corea Japón 2002” [Archivo de video] Recuperado el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/F81Z6G>

Contexto discursivo

Páginas web

- *Emol*. “Eliminatorias: Hinchas quieren echar a Bielsa a través de Internet”. (2004). Chile. Recuperado el 15 septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>
- EFE. (2001). “Argentina ya tiene Grupo de la Muerte” (Sin lugar) *ESPNDEPORTES*. Recuperado el 15 de octubre de 2017 de: <https://goo.gl/z9uca9>

Marcelo A. Bielsa: Historia y análisis discursivo

Biografía, corpus y contextos discursivos

Libros

- Iutch, R. (2011). *La vida por el fútbol. Marcelo Bielsa, el último romántico*. Buenos Aires, Argentina. Sudamericana.
- Rojas Rojas, E. (2015). *Marcelo Bielsa. Los 11 caminos al gol*. Buenos Aires, Argentina. Sudamericana.
- Senosiain, A. (2014). *Lo suficientemente loco: Una biografía de Marcelo Bielsa*. Buenos Aires, Argentina. Corregidor.

Corpus discursivo

Páginas web:

- *Cuatro Cuatro Dos*. (Agosto, 2014). “Bielsa le explicó su “locura” a los periodistas en Francia”. Recuperado el 8 de julio de 2017 de: <https://goo.gl/es1ATK>
- Brunati, Verónica. (Mayo, 2012). “Bielsa: ‘Que el fracaso no les quite el autoestima’”. *Marca. com*. Recuperado el 10 de marzo de 2017 de: <https://goo.gl/nCQctU>
- Fernández Moores, Ezequiel. (Agosto 2017). “El eterno retorno del Loco Bielsa”. *The New York Times Es*. Argentina. Recuperado el 3 de septiembre de 2017 de <https://goo.gl/w829SE>
- [La Pizarra de Bielsa]. (2017, agosto, 11). “Bielsa y la importancia del aficionado para el proyecto Lille”. [Archivo de video]. Recuperado el 13 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/DjfVa4>

Youtube

- [Elrojinegrovideos]. (2009, diciembre. 22). “Amor a la camiseta”. [Archivo de video]. Recuperado el 5 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/pHE6Tw>
- [Elrojinegrovideos]. (2011, mayo 13). “ElRoJinegro.com | Charla de Marcelo Alberto Bielsa. 13/5/11 - 1/3”. [Archivo de video]. Recuperado el 5 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/tpz9QN>

- [Elrojinegrovideos]. (2011, mayo 13). “ElRojinegro.com | Charla de Marcelo Alberto Bielsa. 13/5/11 - 2/3”. [Archivo de video]. Recuperado el 5 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/g8Hn5W>
- OMTV Online. [Periodicotodos.com]. (2014, diciembre, 27) Bielsa: “Ser el mejor del mundo te quita felicidad”. [Archivo de video]. Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/bwtXCP>
- OMTV Online [Iozin]. (2015, abril, 7) Bielsa: “Acepten la injusticia, que todo se equilibra al final”. [Archivo de video]. Recuperado el 2 de mayo de 2015 de: <https://goo.gl/7OYSgQ>
- [Radio Televisión de Castilla y León]. (2012, mayo, 26). “Rueda de prensa de Marcelo Bielsa tras perder la final de la Copa del Rey”. [Archivo de video]. Recuperado el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/8vuoZN>
- [TVAthleticClub]. (2013, mayo, 30). “Marcelo Bielsa (30/05/2013)”. [Archivo de video]. Recuperado el 2 de Julio de 2015 de: <https://goo.gl/dFvYbV>
- [Video no disponible actualmente]. Visto el 10 de mayo de 2015 en: <https://goo.gl/cyxA6y>
- [Video no disponible actualmente]. Visto el 12 de mayo de 2015 en: <https://goo.gl/6sJWFy>

Blog

- El Método Bielsa. Fútbol y filosofía (S.f) *Valores y convicciones*. [Blog post] Recuperado en Junio de 2015 de: <https://goo.gl/qBqeAY>

Contexto discursivo

Páginas web

- *La Tercera*. (Agosto, 2010). “La Araucana realizará el XXII Congreso Percade”. Chile. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>
- *La Nación*. (Diciembre 2014). “Fascinante charla motivadora de Marcelo Bielsa: El éxito te quita la posibilidad de ser feliz”. *La Nación*. Argentina. Recuperado el 2 de marzo de 2016 de: <https://goo.gl/Kv74CE>
- *La Nación*. (Abril 2015). “La arenga de Marcelo Bielsa después de una injusticia en el partido ante Lyon”. Argentina. Recuperado el 3 de Marzo de 2016 de: <https://goo.gl/yfq8uT>

- *GOAL*. (Agosto 2015). “Los números de Bielsa en el Olympique de Marsella”. Argentina. Recuperado el 3 de Mayo de 2017 de: <https://goo.gl/TH6TFd>
- *Infobae*. (Julio 2017) “El día que Marcelo Bielsa auguró que un futbolista se convertiría en superestrella”. Argentina. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de: <https://goo.gl/q3CmoV>
- Gómez, José Luis. (Noviembre, 2009). “Marcelo Bielsa Entregó Claves sobre Liderazgo y Trabajo en Equipo”. *Noticias UACH*. Chile. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de: <https://goo.gl/qU1GS9>
- Grosso, Cristian. (Junio 2002). “Bielsa detrás de la máscara”. *Clarín*. Argentina. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/qHMYfm>
- Marcelo Bielsa. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de Mayo de 2017 de: <https://goo.gl/AzqDds>
- Sales, Salvador. (Mayo 2011) El “Loco” Bielsa, un refuerzo de campaña para su hermano. *Clarín*. Argentina. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de: <https://goo.gl/UQBGL4>

Definiciones, fechas, estadísticas y números

Wikipedia

- Carlos Salvador Bilardo. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 19 de mayo de: 2017 de <https://goo.gl/MuFz56>
- César Luis Menotti. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/HKs28s>
- Clasificación de Conmebol para la Copa Mundial de Fútbol de 2006. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/ck7Yr3>
- Edad Moderna. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 24 de octubre de 2017 de: <https://goo.gl/qwmnwL>
- Hegemonía. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/nFbLH6>
- Leo Beenhakker. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 28 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/zZweGZ>
- Marcelo Bielsa. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 3 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/AzqDds>

- Percade. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de: <https://goo.gl/Axq2h2>
- Twitter. (S.f). En *Wikipedia*. Recuperado el 15 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/YUAvSV>

Otros

- *BBC Mundo*. (2016). “Muere el ex presidente de la FIFA Joao Havelange, el hombre que globalizó el fútbol”. (Sin lugar). Recuperado el 15 de Agosto de 2017 de: <https://goo.gl/uVfj9V>
- *Olé*. (2002). “Tapas de Olé”. Argentina. Recuperada el 23 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/Zw5hmm>
- Castro, Luis. (Julio 2017). ¿Qué es hashtag y cómo se usa? (Sin lugar). *About Español*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/97LUEp>
- Gentlemen. *m*. Hombres distinguidos, elegantes y de comportamiento noble. *The Free Dictionary*. Recuperado en septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/yp9GXh>
- Hegemonía. (S.f). España. *Real Academia Española*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/FuxLt1>
- Hegemonía. (S.f). (Sin lugar). *Definición.De*. Recuperado el 6 de septiembre de 2017 de: <https://goo.gl/reot1V>